

<<营销>>

图书基本信息

书名：<<营销>>

13位ISBN编号：9787119020907

10位ISBN编号：7119020900

出版时间：1997-10

出版时间：外文出版社

作者：辛德

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<营销>>

内容概要

不论产业发展得多么好，最终你的商业成功大部分还是得依赖于如何去营销。

在市场分化日益精细的今天，这一点就显得更为重要。

《营销》一书正是指导你迅速掌握市场营销概念、技巧的最佳参考。

它包括对

品牌、广告意识的概括性阐述，收录大量相关词汇并加以详解；附录则提供有关背景材料，有助于读者了解整个营销业的发展形势，进而为己服务。

书籍目录

- 目录
- 前言
- 第一部分 引文
- 品牌的价值
- 广告
- 挽救瑞士表
- 未来商品
- 第二部分 词条汇释(字母A Z)
- 第三部分 附录
- 一 1992年全球最大广告机构
- 二 1992年最大广告商
- 三 1992年广告业在部分媒体开支
- 四 1992年英国十大商标品牌
- 五 世界名牌产品
- 六 美国著名品牌
- 七 美国大学名牌营销系
- 八 推荐书目
- 中文索引

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>