

<<保健品营销管理>>

图书基本信息

书名：<<保健品营销管理>>

13位ISBN编号：9787302065012

10位ISBN编号：7302065012

出版时间：2003-5

出版时间：清华大学出版社

作者：侯胜田

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>

<<保健品营销管理>>

内容概要

保健品营销管理的过程，也就是保健品企业对其经营的保健品市场进行分析、企划、营销执行与评估控制的过程。

按照这一基本脉络，结合保健品行业的实际情况，在争取全面覆盖这一过程的同时，本书根据其重要程度，在内容结构和论述上作了合适的安排。

本书本着“经典理论，结合国情；注重实战，深入浅出”的编著原则，立足于国内医药保健品企业的现状，力图传授先进、有效的实践理论、技能和方法，帮助读者解决实际问题，迅速提高个人工

<<保健品营销管理>>

书籍目录

前言

第一篇 保健品营销管理概述

第一章 保健品及营销管理的概念

第一节 保健品的分类及定义

一. 保健品的定义及分类

二. 保健食品

<<保健品营销管理>>

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>