

<<市场营销管理>>

图书基本信息

书名：<<市场营销管理>>

13位ISBN编号：9787309029680

10位ISBN编号：7309029682

出版时间：2001-10-01

出版时间：复旦大学出版社

作者：芮明杰

译者：1

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>

<<市场营销管理>>

内容概要

市场营销管理”是所有管理类专业本科生、硕士研究生和MBA研究生的必修主干课程，在当前对管理类学生应更重于培养创新能力的态势下，本书人微言轻一门有所突破的教材，强调了要以经济学的交易费用理论来研究市场交易的规制、市场交易的组织、市场交易的过程；把营销过程看作为厂商与消费者之间信息从不对称到基本对称的过程；把市场营销视作一个博弈的动态过程；在企业能力、企业知识和学习性组织的理论基础上，探讨了市场定位、

书籍目录

前言

导论

市场营销管理--非对称信息对称化

第一章 市场定位新模型

第二章 零售业业态发展及策略

第三章 服务营销中的价值创造

第四章 特许经营--销售通路之一

第五章 高技术产品营销的成功因素与策略

第六章 大规模零售商的管理策略

第七章 通路力:冲突与联合

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>