

<<营销总监>>

图书基本信息

书名：<<营销总监>>

13位ISBN编号：9787810883764

10位ISBN编号：7810883763

出版时间：2006-3

出版时间：西南财经

作者：于建原

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>

<<营销总监>>

内容概要

现代营销与营销管理理论，在我国的管理学院或商学院管理教学中，都是正式的甚至核心的课程，但在我国管理者的实实践中，却仍然是属于很少人真正了解并付诸实践的东西。根据企业管理者实际应用的需要，编写一本突出应用需要的营销管理读物，对于普及现代营销理论和管理方法，应是有助益的。

但问题，企业实在是太复杂了！

任何本以某个或某类企业为蓝本的管理理论书籍，都不免有偏狭和局限所在。

编写本书，我们几经考虑，最好的定位应是，按照公认的现代营销理论框架，将实际营销管理活动中需要掌握的基本技能突出出来，提供给从事企业营销管理实际工作的中高层管理者一个带有“快餐”色彩的读物。

因此，丢掉一些高深的、学术色彩很浓的内容，将营销管理操作上经常需要使用的观念、方法和技能，用尽量浅显的叙述表述出来，使读者能在实际管理工作和实践中上手使用。

要想使本书满足所谓企业中高层营销管理人员在实践中应用的需要，只能算是作者为本书所设定的一个“理想”，这种很可能颇带“大话”成分的理想，非一般功力者能至臻至善，而作者本人离达到这样的境地功力，还自觉阙如。

读者完全可以将本书看作是一个将营销管理理论向实践所进行的一次“解放”的尝试。

我更希望的是，那些阅读和使用本书的读者，能够将自己的思考和实践，作为中国市场经济中“解放”管理理论的一个更好的桥梁。

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>