

<<营销管理>>

图书基本信息

书名：<<营销管理>>

13位ISBN编号：9787209030663

10位ISBN编号：7209030662

出版时间：2002-09-01

出版时间：山东人民出版社

作者：周建波

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>

<<营销管理>>

内容概要

从古代的孔子、孟子，到现代的德鲁克、科特勒；从外国的麦当劳、雀巢，到中国的海尔、秦池；从《孔子兵法》、苏格拉底的寓言，到晋商的票号、毛泽东的《论游击战》；从刘半农和钱玄同的“双簧”、格兰仕的微波炉，到奔驰的汽车、索尼的电视机，作者凭借对市场营销本质的深刻理解和多年的研究、实践积累，古今纵横，中外捭阖，穿梭于历史时空之间，较为成功地进行了一次贯穿古今中外营销思想、理论和实践的尝试。

本书集思想性、理论性、开放性、务实性于一身，将市场营销的体系和内容提升到一个新的台阶。

该书内容丰富全面，观点独到深刻，表达深入浅出，可以说是对改革开放20多年来的中国企业市场营销实践的一个理论总结，充满着浓郁的中国特色。

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>