

<<市场营销渠道>>

图书基本信息

书名：<<市场营销渠道>>

13位ISBN编号：9787302047384

10位ISBN编号：7302047383

出版时间：2001-9

出版时间：清华大学出版社

作者：T.Coughlan

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>

<<市场营销渠道>>

内容概要

本书的主题是市场营销渠道，即如何在营销渠道的各成员之间之设计，建立并维持良好的合作关系，以使渠道系统的整体或渠道中各成员都能取得可观的竞争优势。

本书简单地介绍了营销渠道的策划和管理问题，重点介绍的是如何对营销渠道内的成员进行组织和控制，以形成联合的营销渠道系统，从而更好地为最终用户提供产品及服务。

营销渠道管理是企业管理中的重要内容，其最终目的是通过对时间、空间及资源的配置，使最终客户得到最大满足。

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>