第一图书网, tushu007.com

<<企业间营销理论与实务>>

图书基本信息

书名：<<企业间营销理论与实务>>

13位ISBN编号：9787302099963

10位ISBN编号：7302099960

出版时间：2005-2

出版时间：第1版 (2005年2月1日)

作者：李桂华

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

内容概要

该书结合国内外的企业间营销管理实践，比较系统地讨论了企业间营销的有关问题。
其中包括企业间营销的概念、模式、特征；派生需求与相关需求的概念以及影响企业间营销需求管理的因素；企业间营销的市场细分依据和细分方法以及工业用品的市场定位；企业采购过程、类型与营销对策，影响企业购买行为的因素和企业购买行为分析模型；企业间营销调查的内容与方法；企业间营销的产品战略特点、新产品开发模式和产品管理；企业间分销战略的形成以及物流与后勤管理；企业间直复营销的概念、特点、目标和媒介；B2B交易场的概念、结构、技术基础；企业间营销的促销战略和促销组合；企业间营销中的价格作用、价格决策、标价与净价；企业间营销控制与评估的过程和方法等。
该书适合营销管理、物流管理等专业的本科生和研究生使用，也适合于从事各类生产资料营销管理工作的人员参考。

第一图书网, tushu007.com

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