

<<市场营销战略与管理>>

图书基本信息

书名：<<市场营销战略与管理>>

13位ISBN编号：9787501772223

10位ISBN编号：7501772223

出版时间：2006-1

出版时间：中国经济出版社

作者：祝海波

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>

<<市场营销战略与管理>>

内容概要

市场营销战略与管理是基础市场营销学中分离出来的一个新的重要分支。

它是市场营销研究的延伸与扩展。

市场营销战略与管理研究企业在面对行销和竞争两个基本任务时，如何采取有效的策略和方法来使得企业能够持续发展和永续经营。

它是建立在哲学、数学、经济学、行为科学、现代管理理论基础之上的现代管理应用学科。

它不仅为培养未来从事市场营销高素质的理论研究和实践人才提供理论武器，还可作为当今企业从事国际营销的人员提供必要的指导。

它可作为高等院校本科、研究生教材及有志从事营销管理的人员的参考读物。

本书将市场营销战略与管理置于经济全球化及知识经济发展的背景下进行研究，由此揭示出在新的环境下营销战略与管理的特点，诸如当今世界，企业的任何经营行为都是营销行为，企业战略管理实际上是市场营销战略管理。

从竞争和行销的视角深入地阐释了市场营销战略与管理之间的关系，突出了市场营销战略与管理之间的承接和联系。

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>