

<<市场营销机会识别与评估>>

图书基本信息

书名：<<市场营销机会识别与评估>>

13位ISBN编号：9787801623171

10位ISBN编号：7801623177

出版时间：2001-12

出版时间：经济管理出版社

作者：孙明燮

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>

<<市场营销机会识别与评估>>

内容概要

本书是在参考国内外最新研究资料的基础上，结合国内实际市场营销状况研究各种实用的机会理论和方法。

观点新颖，具有一定独创性。

例如，市场与企业的需求/问题机会的四种识别方法的提出；市场营销机会的基本评估和综合评估的方法和指标的研究；机会可预测性的形成，等等。

本书采用规范与实证、定性与定量相结合的方法展开论述。

既体现严密的逻辑性，也不乏丰富的实例；在表达上力求通俗易懂。

本书既是有关专业研究人员的有益参考资料，也可供广大市场营销管理实际工作者阅读。

目前，国内很少见到有关企业机会尤其是市场营销机会专门研究的书籍，而在有关涉及市场营销战略的书刊中只散见对市场营销机会的简单介绍。

本书的推出，无疑具有较好的理论价值和实用意义。

<<市场营销机会识别与评估>>

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>