

<<21世纪新营销>>

图书基本信息

书名：<<21世纪新营销>>

13位ISBN编号：9787506244510

10位ISBN编号：7506244519

出版时间：2000-01

出版时间：世界图书出版公司

作者：梅清豪

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>

<<21世纪新营销>>

内容概要

本书旨在传授最新的市场营销学知识。

它对于只有一般管理学知识的人是一本入门书。

本书从最普通和最常见的事例延伸到营销学原理。

它对于已具备营销学知识的人可以用来思考一下你的营销知识是否已过时？

对比一下，对本书提及的常见事例，你是怎样分析的？

在跨世纪之际，国际上营销理论与实践发生了深刻变革，出现了许多新名词，如社会营销、服务营销、整合营销、价值营销、网络营销、关系营销、优胜营销、频繁营销、亲情营

<<21世纪新营销>>

作者简介

梅清豪
市场营销问题专家。

以研究营销学的国内外最新理论和实践而闻名。

主讲MBA营销学。

他主要参与翻译的当代营销学权威著作《营销管理分析、计划、执行和控制》，至1999年已修订至第9版。

编著的经济管理类著作有10余部。

多年来，他深入企业、多次主持或参与美国强生、英国联合利华、日本东芝、荷兰飞利浦、中国华源集团、上海汽车集团、上海移动通信、正广和等企业的营销调研与营销策划活动。

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>