

<<创新营销学>>

图书基本信息

书名：<<创新营销学>>

13位ISBN编号：9787800975288

10位ISBN编号：7800975282

出版时间：2002年01月

出版时间：中国大地出版社

作者：韩庆祥

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>

## <<创新营销学>>

### 内容概要

市场营销的实践创新决定了理论上必须创新，那些似乎已成为定论的体系，恰恰是需要突破框架。

市场营销的理论根据不能只停留在权威的论著中，更多地应从实践中去体验。

创新营销的理论研究应从对象出发、现实出发、问题出发。

研究中国的市场营销，中国企业所提供的市场竞争经验应是主要素材。

本书取名《创新营销学》，并非是要建立新的体系，而是力求对现实中提出的新问题进行理论分析。

本书上篇是对市场营销怎样创新进行探索，下篇是

<<创新营销学>>

书籍目录

上篇 实战营销前沿思考 第一章 市场竞争新概念 第二章 市场竞争新思路 第三章 市场竞争新课题 第四章 市场竞争新策略 第五章 名牌的创造与开发 第六章 营销策划 第七章 推销成功的答案 第八章 企业走向市场 下篇 营销原理深化认识 第九章 市场营销学概述 第十章 寻求市场 第十一章 消费者购买规律 第十二章 市场信息与调查 第十三章 市场预测与决策 第十四章 产品策略 第十五章 价格策略 第十六

<<创新营销学>>

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>