

<<市场分析>>

图书基本信息

书名：<<市场分析>>

13位ISBN编号：9787810792981

10位ISBN编号：7810792989

出版时间：2004-4

出版时间：暨南大学出版社

作者：杨晶

页数：228

字数：303000

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>

<<市场分析>>

内容概要

《市场分析(新商务读本)》介绍了:中国有句古话,凡事“识为先,断次之”。

中国加入WTO后企业如何与时俱进,参与竞争?

只有分析市场,找对路,定好位才能做好企业。

如何了解市场?

正确的、精辟的市场分析方法、思路和技巧的巧妙运用能使企业的市场分析事半功倍。

<<市场分析>>

书籍目录

1 未决先算，洞悉先机2 如何做市场调查3 背景分析4 行业分析新理念5 竞争态势6 倾听“上帝”的声音7 市场定位技巧8 如何寻找需求的空档9 市场机会分析新思维10 怎样写市场分析报告参考文献

<<市场分析>>

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>