

<<深度营销-基础理论与案例分析>>

图书基本信息

书名：<<深度营销-基础理论与案例分析>>

13位ISBN编号：9787302165538

10位ISBN编号：730216553X

出版时间：2008-1

出版时间：清华大学

作者：李东贤 编

页数：360

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>

<<深度营销-基础理论与案例分析>>

内容概要

本书共分上下两篇，共8章内容，上篇分为5章，探讨了深度营销产生的背景，宁日韩以及相关理论的介绍与分析，最后介绍了深度营销理论发展的前景和将要产生的问题，下篇以三章的篇幅结合各个行业企业的具体案例来阐述深度营销理论的运用。

<<深度营销-基础理论与案例分析>>

书籍目录

上篇基础理论第一章营销理论提出的背景第二章深度营销理论的提出，内涵和基本思想第三章深度营销的相关理论分析第四章深度营销理论体系构建第五章持续深化的深度营销下篇案例分析参考文献

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>