

<<中小企业营销管理>>

图书基本信息

书名：<<中小企业营销管理>>

13位ISBN编号：9787810841658

10位ISBN编号：7810841653

出版时间：2002年11月1日

出版时间：第1版 (2002年11月1日)

作者：耿锡润

页数：344

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>

<<中小企业营销管理>>

内容概要

本书关于“成本、效率和顾客满意”的营销学。
在本书中，从营销导向、顾客价值到市场分析、营销差异化，从产品、定价、分销、促销到整合传播、电子商务和网络营销，无不为之解疑释难。
本书突出实用性、操作性的营销学。
融入现代信息、网络和计算机技术应用，具有前瞻性的营销学。
书中提出电子商务分为初级和高级应用两大阶段和五大模块架构，即电子商务基础、网络营销、企业资源计划、供应链管理和客户关系管理的新观点，系统地将营销与电子商务，特别是网络营销、客户关系管理和业务流程再造融为一体，使营销更具先进性、可用性和竞争力。

<<中小企业营销管理>>

书籍目录

第1章 中小企业与市场营销1.1 市场营销的核心概念1.2 营销管理的本质和营销导向的选择1.3 市场导向的核心思想1.4 中小企业市场营销的特点第2章 通过质量、服务和价值建立顾客满意第3章 中小企业的市场开发策略第4章 中小企业的产品和产品创新决策第5章 定价决策第6章 分销渠道决策第7章 管理品牌、营销传播与广告第8章 管理人员销售和直复营销第9章 中小企业的电子商务与网络营销第10章 营销组织与业务流程再造参考文献

<<中小企业营销管理>>

编辑推荐

[中小企业丛书](#)

[中小企业诊断](#)

[中小企业创新](#)

[中小企业现代经营](#)

[中小企业营销管理](#)

<<中小企业营销管理>>

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>