

《市场营销渠道》

图书基本信息

书名：《市场营销渠道》

13位ISBN编号：9787302039747

10位ISBN编号：7302039747

出版时间：2001-09

出版社：清华大学出版社

作者：Louis W.Stern Anne T.Coughlan

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《市场营销渠道》

内容概要

本书三位作者都是美国著名大学的教授或专家，他们在市场营销渠道领域具有很深的造诣及丰富的经验。在本书中，他们详细阐述了市场营销渠道的结构、市场营销渠道的计划与设计、市场营销渠道的管理和国际营销渠道开拓等诸方面问题，并引入了国际最新的营销渠道理论和大量的企业实际案例。这些对我国企业有效地建立和管理市场营销渠道都具有很好的参考价值。

《市场营销渠道》

书籍目录

译者的话

原著序言

第一章营销渠道：结构、职能和内部关系

第一节营销渠道结构的形成

第二节营销渠道的职能和流程

第三节营销渠道结构分析

第四节渠道的管理、渠道的内部关

《市场营销渠道》

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:www.tushu000.com