

《行銷管理：理論與架構》

图书基本信息

书名：《行銷管理：理論與架構》

13位ISBN编号：9789576095696

10位ISBN编号：9576095697

出版时间：20050301

出版社：華泰

作者：耿筠

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

內容概要

1.將行銷理論與知識系統化，形成單一架構

作者儘可能運用系統的觀念將行銷管理的一般策略規劃程序整合為單一的系統架構圖，以彰顯行銷管理解釋行銷現象的整體架構。而各章的撰寫也儘可能的加以系統化，將整章的內容以單一的架構圖統合，使讀者更容易掌握整體性的概念。

2.著重思考與討論，加深學習者在理論理解上的深度

本書的「行銷專論」，使讀者更容易將理論與實務結合；精心設計的「問題討論」，便於學習者透過專論的背景資料研討該問題，以增加理論上的理解；其中，「進階題」所討論的問題皆為該章容易混淆的理念，或是具有爭議性的問題，藉由此種討論，使讀者更能體會理論的內涵。

3.章節之篇幅與架構適合一般院校之教學時數限制

本書主要的理論架構在第1章至第12章即交代完成，可確保主要理論內容不會因教授時間不足而有所遺漏。第13章至第16章為各自獨立的章節，教師或學習者可以依興趣與重要性選擇教授或閱讀。

《行銷管理：理論與架構》

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