

《营销主义》

图书基本信息

书名：《营销主义》

13位ISBN编号：9787504720238

10位ISBN编号：7504720232

出版时间：2003-10

出版社：第1版 (2003年10月1日)

作者：陈放

页数：288

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

《营销主义》

内容概要

我们已经进入了一个相互营销的“大营销时代”：无论从天上飞的航天飞机，还是地上跑的拖拉机、收割机，到处澎湃着营销的波涛；无论是嘴上喝的，身上穿的，眼里看的，手上用的，心里想的，无不打上“营销”的烙印；每一个角落都冒着各种商品营销的硝烟，广告战、价格战、价值战、终端战、宣传战、形象战、公关战.....

大营销时代要求我们用大营销的观念去对待各系统、各行业、各机构间的营销现象，用大营销的方法去规划、利用、驾驭各种营销规律。

《营销主义》

书籍目录

《营销主义》

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