

《现代推销学》

图书基本信息

书名：《现代推销学》

13位ISBN编号：9787564700676

10位ISBN编号：756470067X

出版时间：2009-1

页数：238

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.tushu111.com

《现代推销学》

内容概要

《现代推销学》编者一方面继承了已有著作的成功经验，另一方面又注入了一系列新的理论和方法，反映了当代市场经济发展的客观实际，更加适合于现代推销实践的发展需要。该书的主要特点是：理论研究与应用研究结合，在进行基本理论分析的同时，突出应用研究，因而具有很强的实践性和实战性，体现了鲜明的技能与素质训练。该书内容新颖，特别是能够全面总结近些年来推销实践的新鲜经验，并且对目前国内外最新的研究成果也给予密切关注，提出了一系列新的思想观点。该书在体系结构和研究方法上也有较好的创新，提出了一个新的研究框架；在每一章中，不仅思路清晰完整，而且注重引例与案例的选择和进行系统而生动的理论阐述。当前我国改革开放正在向纵深发展，经济全球化和加入WTO给我国企业提供了难得的历史机遇，同时也面临严峻的挑战。特别是当前由美国次贷危机引发的金融危机正在对实体经济产生影响，因而推销不仅具有重要性，而且具有紧迫性，并且我们也看到了关于跨国推销与全球推销的匆匆到来。对推销理论工作者来说，这是时代的呼唤。对此我们希望有更多能够体现时代前进步伐的现代推销学方面的著作问世，去迎接中国特色社会主义市场经济的新的伟大实践。通览全书，将会发现，《现代推销学》是在校大学生、企业推销人员的良好教材和学习培训教材，同时也为营销理论研究人员、教学人员和相关管理人员的研究提供重要参考价值。

《现代推销学》

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.tushu111.com