

《全员营销》

图书基本信息

书名：《全员营销》

13位ISBN编号：9787801471086

10位ISBN编号：7801471083

出版时间：1999-6-1

出版社：企业管理出版社

作者：高媛

页数：396

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

《全员营销》

内容概要

本书从理论到实践，以全员营销为灵魂，高视点、分层次、多侧面、多角度地解析了非营销部门在企业生存、发展过程中怎样摆正自己在营销中的位置和职能，发挥自己的营销功能。其特点有三：

实用 书中有理论，有案例，有总结、概括，提供了种种的方式方法；

观点新 书中参阅了大量国内外先进的理论成果及新颖的观点和实践行为；

涵盖面广 所选内容涉及企业诸方面、诸过程、诸环节，以及诸种问题。

这也是本书命名及编写的要旨，希望读者朋友们能从中得到应有的启示、启发，为您的事业地长足发展加入“观念更新的核能”。

书籍目录

- 第1章 非营销部门营销管理概论
- 第2章 非营销部门营销管理理论基础
- 第3章 首脑部门营销管理
- 第4章 研究开发部门营销管理
- 第5章 采购部门营销管理
- 第6章 生产与作业部门营销管理
- 第7章 物流部门营销管理
- 第8章 财会部门营销管理
- 第9章 人力资源部门营销管理
- 第10章 质量营销

《全员营销》

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