

《市场导向与营销绩效关系研究》

图书基本信息

书名：《市场导向与营销绩效关系研究》

13位ISBN编号：9787500578079

10位ISBN编号：7500578075

出版时间：2005-4

出版社：

作者：杨智

页数：174

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

《市场导向与营销绩效关系研究》

内容概要

《市场导向与营销绩效关系研究》主要内容：在研究中，尽管借鉴了国外学者的研究成果，但与国外同类研究相比，该研究做了不少创新性的工作。其主要体现在以下三方面：（1）研究视野新：针对现有研究存在的不足，将前因、中介变量和调节变量进行整合研究，重新构建了市场导向与企业绩效关系模型，将研究视野进行了多维度的拓展。

（2）研究方法新：综合运用定性分析与定量分析方法进行规范和实证研究。其中，采用lisrel多群样本分析技术，通过巢状模式法来研究背景变量对模型的调节效应，这是在研究方法上的一个突破。

（3）研究成果新：提出了适合中国文化特征的研等等。

《市场导向与营销绩效关系研究》

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