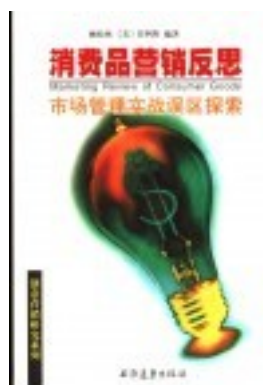


消费品营销反思 市场管理实战误区探索



作者：顾松林，（美）菲利普斯编著

出版社：上海：上海远东出版社

出版日期：1999.12

总页数：379

介绍：本书阐述了一位职业经理人从自己面临的困惑开始，探寻营销的过程。内容包括：营销战术的反思；营销战略的反思；营销企划的反思；营销观念的反思；营销沟通的反思等。

说明：登录教客网（<https://www.jiaokey.com/book/detail/10409297.html>）查找全本阅读方式

消费品营销反思 市场管理实战误区探索 评论地址：<https://www.jiaokey.com/book/detail/10409297.html>

教客网提供千万本图书阅读地址。

<https://www.jiaokey.com/book/detail/10409297.html>

书名：消费品营销反思 市场管理实战误区探索