中国制造企业营销能力演化问题研究



作者: 焦晓波编著

出版社: 合肥: 合肥工业大学出版社

出版日期: 2008.03

总页数: 234

介绍:本研究基于纳尔逊和温特的经济变迁的演化理论,并结合企业能力理论、公司创业理论和市场导向观念,对基于资源的营销能力观和基于知识的营销能力观加以整合,给出了企业营销能力新的概念,对我国制造业企业营销能力的演化问题进行归因分析,提出了营销能力演化的三阶段概念框架,利用中国国内的数据对营销能力的维度进行了探索性分析,并通过对保定宝硕新型建材有限公司的个案研究,大部分支持了理论假设。

说明: 登录教客网 (https://www.jiaokey.com/book/detail/12044528.html) 查找全本阅读方式

中国制造企业营销能力演化问题研究 评论地址: https://www.jiaokey.com/book/detail/12044528.html

教客网提供千万本图书阅读地址。

https://www.jiaokey.com/book/detail/12044528.html

书名: 中国制造企业营销能力演化问题研究