

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