

Marketing & Promotion Series : Management in Marketing Channels/Jalur-Jalur Pemasaran

Dalam buku ini tercakup sejumlah ilustrasi situasional yang memusatkan perhatian kepada tanggung jawab masalah, dan peluang peranan yang terlibat dalam manajemen jalur pemasaran. Ilustrasi-ilustrasi ini memperlihatkan penerapan konsep dalam suasana antarorganisasi dan mengembangkan suatu pemahaman terhadap kegiatan pembuatan keputusan dalam jalur pemasaran.

Penulisan Buku ini dipengaruhi oleh orientasi manajerial dan cakupannya terbatas pada masalah Manajemen jalur pemasaran. Konsep-konsep dasar pemasaran dibahas secara relative singkat dan jelas untuk menghormati pelatihan dan pengalaman pembaca pada buku-buku terdahulu.

Buku ini dipersembahkan kepada para manajer dan mahasiswa yang telah memiliki beberapa pengetahuan dasar tentang unsur-unsur pemasaran.

