

STRATEGI-STRATEGI PEMASARAN DI INDONESIA

Dalam pasar yang bersaing sukses suatu perusahaan tergantung pada kemampuannya untuk menguasai strategi pemasaran. Perbedaan-perbedaan dalam strategi pemasaran menyebabkan adanya perbedaan dalam sukses perusahaan-perusahaan di Indonesia.

Secara garis besar buku ini mencakup:

Bab 1 latar belakang ekologi

Bab 2 sistem pemasaran menyeluruh

Bab 3 sistem pemasaran perusahaan

Bab 4 studi strategi pemasaran komparatif

Bab 5 implikasi dan hasil penelitian

Bab 6 kesimpulan dan saran

