

<<战略营销学>>

图书基本信息

书名：<<战略营销学>>

13位ISBN编号：9787030160621

10位ISBN编号：7030160622

出版时间：2005-8

出版时间：科学出版社

作者：李怀斌 编

页数：291

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<战略营销学>>

内容概要

《战略营销学》系统介绍了战略营销理论与实务。
内容包括：战略营销概述、战略营销的构架与流程、战略营销的导向与目标、战略营销的分析工具、战略营销规划、战略营销调研与分析、战略营销的目标市场等13章。

<<战略营销学>>

书籍目录

第一章 战略营销概述第一节 战略营销的概念第二节 战略营销的历史与发展第三节 战略营销实施的现实意义本章案例分析第二章 战略营销的架构与流程第一节 战略营销的基础与要素第二节 战略营销的基本架构第三节 战略营销的决策的流程本章案例分析第三章 战略营销的导向与目标第一节 营销导向的战略意义第二节 战略营销的导向第三节 战略营目标本章案例分析第四章 战略营销的分析工具第一节 P E S T法第二节 五力模型法第三节 B S C法第四节 S W O T法本章案例分析第五章 战略营销规划第一节 战略营销规划概述第二节 战略营销规划的模型和结构第三节 战略营销的业务规划本章案例分析第六章 战略营销调研与分析第一节 战略营销调研概述第二节 战略营销资源调研第三节 战略营销的竞争分析第四节企业核心竞争力分析本章案例分析第七章 战略营销的目标市场第一节 战略性市场细分第二节 战略性目标市场第三节 战略性市场细分与目标决策方法第四节战略性目标顾客分析本章案例分析第八章 战略营销的市场定位第九章 战略营销的市场进入第十章 战略营销的竞争优势第十一章 战略营销联盟第十二章 全球战略营销第十三章 战略营销的组织设计与控制主要参考文献

<<战略营销学>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>