

<<非营利组织营销>>

图书基本信息

书名：<<非营利组织营销>>

13位ISBN编号：9787030257000

10位ISBN编号：7030257006

出版时间：2009-10

出版时间：科学出版社

作者：冯炜，孟雷 主编

页数：279

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>

<<非营利组织营销>>

内容概要

非营利组织的快速发展及竞争的加剧，要求非营利组织必须引入市场营销理念，掌握市场竞争的手段和策略。

本书系统介绍了非营利组织营销的理论，结合案例深入分析了非营利组织的营销环境、营销规划、营销调研、营销策略和营销管理等内容，同时展望了非营利组织营销的发展趋势。

本书采用了最新的理论研究成果和大量的实例，可作为高等院校公共管理专业和市场营销专业学生的教材，也可作为从事非营利组织实际工作的读者学习和参考。

<<非营利组织营销>>

书籍目录

第一章 非营利组织 第一节 非营利组织的界定及特征 一、非营利组织的界定 二、非营利组织的特征 第二节 非营利组织的分类、作用和局限性 一、非营利组织的分类 二、非营利组织的作用 三、非营利组织的局限性 第三节 非营利组织的发展 一、国外非营利组织的发展 二、我国非营利组织的发展 三、我国非营利组织发展中存在的问题 小结 案例分析 练习题第二章 非营利组织营销概述 第一节 非营利组织营销概述 一、非营利组织营销的概念 二、非营利组织营销的研究内容 第二节 非营利组织营销的特点和作用 一、非营利组织营销的特点 二、非营利组织营销的作用 三、我国非营利组织营销存在的问题 第三节 非营利组织的营销导向和发展趋势 一、非营利组织的营销导向 二、非营利组织营销的发展趋势 小结 案例分析 练习题第三章 非营利组织营销环境分析 第一节 非营利组织微观环境分析 一、非营利组织本身 二、营销中介 三、市场 四、竞争者 五、公众 第二节 非营利组织营销的宏观环境分析 一、人口环境 二、经济环境 三、自然环境 四、技术环境 五、政治法律环境 六、社会文化环境 第三节 SWOT分析 一、SWOT分析法的内涵 二、SWOT分析法的步骤 小结 案例分析 练习题第四章 非营利组织营销规划 第一节 非营利组织营销规划概述 一、营销规划的含义 二、制定营销规划的意义 三、营销规划的演进 第二节 非营利组织营销规划过程 一、确定组织使命 二、制定组织目标 三、安排业务组合 四、发展新业务 五、制定营销战略 六、制定营销计划 七、执行营销计划 八、评估营销效果 小结 案例分析 练习题第五章 非营利组织营销调研 第一节 非营利组织营销调研概述 一、营销调研的定义 二、营销调研的类型 三、营销调研的方法 第二节 非营利组织营销调研的过程 一、确定调研问题 二、营销调研设计 三、确定抽样方法 四、数据的整理与分析 五、形成调研报告 小结 案例分析 练习题第六章 非营利组织的营销定位战略 第一节 非营利组织的市场细分 一、市场细分的含义和作用 二、市场细分的标准 第二节 非营利组织的目标市场选择 一、什么是非营利组织的目标市场 二、非营利组织目标市场策略的选择 第三节 非营利组织的市场定位 一、非营利组织市场定位的含义 二、非营利组织市场定位的作用 三、非营利组织市场定位的方式 四、非营利组织市场定位的步骤 小结 案例分析 练习题第七章 非营利组织产品和服务策略 第一节 非营利组织产品的整体概念 一、非营利组织产品的概念 二、产品整体概念 三、产品组合决策 第二节 产品生命周期 一、产品生命周期分析 二、产品生命周期各阶段的策略 三、非营利组织的新产品开发 第三节 非营利组织的服务 一、服务的定义与特点 二、服务的分类 三、服务的传递 四、服务质量管理 第四节 非营利组织品牌策略 一、品牌的概念 二、品牌设计 三、品牌价值的测试 四、塑造良好形象 小结 案例分析 练习题第八章 非营利组织的价格策略 第一节 成本管理 一、成本的性质 二、成本的类型 三、成本的管理 第二节 确定定价目标 第三节 非营利组织的定价策略 一、定价对非营利组织营销的作用 二、非营利组织的定价方法 三、非营利组织的定价策略 第四节 价格调整及价格变动 一、非营利组织降价与提价 二、顾客对非营利组织变价的反应 三、竞争者对非营利组织变价的反应 四、非营利组织对竞争者变价的反应 小结 案例分析 练习题第九章 非营利组织的渠道策略 第一节 渠道的性质与任务 一、渠道的定义与任务 二、渠道的主要职能 第二节 渠道的决策 一、服务质量 二、渠道的模式 三、渠道长度和宽度的选择 第三节 渠道的管理 一、选择渠道成员 二、协调与控制渠道成员 小结 案例分析 练习题第十章 非营利组织的传播策略 第一节 概述 一、传播过程 二、反应模式 三、发展有效传播的步骤 第二节 广告策略 一、广告的概念与种类 二、广告媒体 三、广告的设计原则 四、广告效果评估 第三节 人员推销策略 一、人员推销的概念及特点 二、推销人员的素质 三、推销人员的甄选与培训 四、人员推销的形式、对象与策略 五、推销人员的考核与评比 第四节 公共关系策略 一、公共关系概述 二、公共关系的作用 三、公共关系的活动方式和工作的程序 第五节 销售促进策略 一、销售促进的方式 二、销售促进的控制 小结 案例分析 练习题第十一章 非营利组织的募捐和志愿者管理 第一节 募捐管理 一、募捐的演进 二、募捐与营销的联系 三、募捐计划的制定 第二节 志愿者管理 一、志愿服务 二、志愿者的招募与甄选 三、志愿者的定位与培训 四、志愿者的管理 五、志愿者的激励 六、志愿者的保持、认可和评估 小结 案例分析 练习题第十二章 非营利组织营销的新趋势 第一节 非营利组织的竞争 一、我国非营利组织在市场竞争中存在的问题 二、提高非营利组织竞争力的总体思路及实施步骤 第二节 非营利组织的合作营销 一、非营利组织合作营销的现实意义 二、非营

<<非营利组织营销>>

利组织合作营销战略的实施与管理 三、非营利组织开展合作营销应注意的问题 小结 案例分析 练习题参考文献

<<非营利组织营销>>

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>