

<<市场营销经典案例>>

图书基本信息

书名：<<市场营销经典案例>>

13位ISBN编号：9787040139471

10位ISBN编号：7040139472

出版时间：2004-2

出版范围：高等教育

作者：朱立 编

页数：365

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>

<<市场营销经典案例>>

前言

案例教学法自20世纪80年代初引入我国以来，受到越来越广泛的重视。特别是1991年正式开始MBA学历教育后，经济管理类院校都把案例教学列入教学改革计划，逐渐加大案例分析在课程中的比重。

有的院校MBA课程设计中，案例分析已占到40%左右，有的院校还要求尽量选用本土的优秀案例。

案例教学法的两大支柱是：案例库本身的建设和掌握案例教学技巧的师资队伍建设。案例是教育工具，也是案例教学法的基本要素，加强案例库建设，是我国推行和完善案例教学中的一项重要任务。

《市场营销经典案例》一书，是市场营销学立体化教

<<市场营销经典案例>>

内容概要

《市场营销经典案例》作为“高等教育百门精品课程教材建设计划”精品项目——《市场营销学》（第二版）的立体配套教材，《市场营销经典案例》严格按照主教材的内容结构、教学目标来选择、设计案例。

<<市场营销经典案例>>

书籍目录

第一章 市场营销与市场营销学案例1可口可乐与百事可乐的百年恩怨案例2另类思维：王均瑶第二章 市场营销管理哲学及其贯彻案例1麦当劳与肯德基是对手还是同盟案例2商业奇才史玉柱：从巨人汉卡到脑白金第三章 战略规划与市场营销管理过程案例1长虹、康佳、TCL等中国家电企业的竞争战略案例2传承文化，“云南白药”创新品牌第四章 市场营销环境案例1戴尔挑战联想案例2寻呼机：会成为博物馆中的恐龙吗第五章 消费者市场和购买行为分析案例1《学习的革命》：一本书塑造的企业形象案例2“香格里拉”香烟品牌的问世第六章 组织市场和购买行为分析案例1中间商挑战制造商案例2阿迪达斯与耐克的运动大战第七章 市场营销调研与预测案例1 第五季：再造健力宝品牌案例2中国10城市手机消费及品牌研究第八章 目标市场营销战略案例1娃哈哈与乐百氏：中国饮料市场的逐鹿案例2中国陶瓷何时走出国门第九章 竞争性市场营销策略案例1柯达与富士的黄绿大战案例2农夫山泉：水好还是卖点好第十章 产品策略案例1 铱星为什么陨落案例2万科地产的品牌之路第十一章 品牌、商标与包装策略案例1 多品牌策略：P&G（宝洁）谁与争锋案例2 沈阳飞龙的“伟哥”之争案例3 今天的月饼卖什么第十二章 定价策略案例1 价格屠夫：格兰仕案例2 美国西南航空公司打好价格牌第十三章 分销策略案例1 欧莱雅与经销商的双赢策略案例2 奥康鞋的渠道与终端战略第十四章 促销策略案例1 广告创造神话：秦池、爱多、哈药，没有完结盼故事案例2 危机公关：美国强生与中国三株的比较第十五章 市场营销组织、计划与控制案例1 沃尔玛与家乐福的中国扩张案例2 渠道价格战：国美与苏宁电器的扩张第十六章 国际市场营销案例1 日本丰田汽车击败美国案例2 中国企业反倾销第十七章 服务市场营销案例1 体验营销：星巴克咖啡与文化案例2 假货泛滥何以应对第十八章 市场营销的新领域与新概念案例1 概念营销：商务通科技打造产品新概念案例2 五粮液的品牌延伸附录 市场营销案例教学方法探讨参考文献

<<市场营销经典案例>>

编辑推荐

与同类案例书相比,《市场营销经典案例》有两个突出特点:一是采用将两个或两个以上竞争者营销策略进行对比来阐述案例过程,不仅可以训练学生解决具体问题的能力,还可以提高他们对整个行业的分析能力;二是从不同的角度提供与主案例相关的拓展材料,使学生在获得丰富的背景材料的基础上,增强对关键问题的甄别能力,增强从多视角考虑和解决问题的能力。

<<市场营销经典案例>>

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>