

<<营销管理>>

图书基本信息

书名：<<营销管理>>

13位ISBN编号：9787111395898

10位ISBN编号：7111395891

出版时间：2012-9

出版时间：机械工业出版社

作者：王方华

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>

<<营销管理>>

内容概要

《营销管理（第2版）》主要包括市场研究（5C）、营销战略(STP)、营销策略（4P）三大模块（即5C+STP+4P）。

其中，市场研究(5C)包括顾客、公司内部、竞争对手、合作者、宏观环境；营销战略（STP）主要包括市场细分、目标市场选择、市场定位；营销策略（4P）主要包括产品策略、渠道策略、价格策略和促销策略。

营销管理理论不仅广泛应用于企业，也开始应用于政府和非营利组织，并呈现营销的体验化和科学化的发展趋势。

企业利用病毒营销、口碑营销、会议营销、网络营销、植入营销、体验营销等手段，使营销更加具有体验性；企业利用社区营销、数据库营销、直复营销、精准营销、许可营销等手段，使营销更加具有科学性。

《营销管理（第2版）》适合于市场营销专业的本科生和研究生使用。

书籍目录

前言第1章 营销与营销学1.1营销学的产生与发展1.2营销学的核心概念1.3市场营销观念的演变1.4营销学的研究方法1.5中国企业面临的营销挑战本章小结案例1.1海尔洗衣机“独步全球”第2章 市场营销战略开篇案例宝洁公司的经营战略2.1市场营销战略概述2.2市场份额战略2.3顾客满意战略2.4差异化营销战略2.5营销战略规划本章小结案例2.1烟台中策橡胶有限公司营销战略第3章 分析营销机会开篇案例晶华集团公司对太阳能空调的市场机会的分析3.1市场营销环境3.2营销信息系统3.3市场需求分析3.4购买行为分析3.5市场竞争分析3.6企业内部强弱分析本章小结案例3.1默多克集团之中国攻略第4章 计划营销方案4.1设计产品策略4.2产品定价决策4.3设计营销渠道策略4.4设计传播策略4.5国际市场营销本章小结案例4.1摩托罗拉 V998/V8088的产品策略案例4.2韩国汽车怎样打入美国市场第5章 实施营销方案开篇案例通用电气公司的组织重组与变革5.1营销组织设计5.2控制营销活动5.3组织营销活动本章小结案例5.1乐华走入低谷，为家电业敲响警钟第6章 21世纪的营销开篇案例红桃K：让文化成为企业理念6.1营销学未来的发展环境6.2新经济下的营销新发展本章小结案例6.1星巴克在中国如何“作秀”案例6.2果壳网BMW整合营销案例“一辆车的JOY基因”参考文献

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>