

<<决战营销>>

图书基本信息

书名：<<决战营销>>

13位ISBN编号：9787121001253

10位ISBN编号：712100125X

出版时间：2004-8

出版时间：电子工业出版社

作者：吴文钊

页数：622

字数：677000

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>

<<决战营销>>

内容概要

本书是一本管理思想、软件设计思想、实施方法，以及企业内部信息化过程的操作方法的综合性读物，它通过营销信息化全过程的思想、方法、步骤的运用，阐述中国企业信息化建设过程中应当如何避免失败，如何走向成功，以及走向成功的方法。

本书通过营销管理思想、营销管理方法，以及营销信息化的全面结合，为企业的信息化进程提供一种可以借鉴的方法，适合用户企业、信息化软件提供商、企业营销人员，以及咨询公司的人员阅读和参考。

本书同样适合热爱信息化的读者。

<<决战营销>>

作者简介

吴文钊先生，自由撰稿人和多家管理杂志专栏作者、国内多家著名企业的管理顾问；80年代中期在国内获得计算机硕士学位，96年在境外获得管理学博士学位。

90年代初加入一著名咨询公司,在境内、境外从事管理咨询和IT咨询，至今咨询领域经验颇为丰厚。自86年开始从事管理信息系

书籍目录

第1章 管理的信息化 1.1 技术对于管理的实现 1.2 营销系统的灵魂——现代管理思想 1.3 完整的营销系统的挑战 1.4 营销系统的价值体现——核心竞争力的提升第2章 营销管理与信息化的整合 2.1 信息研究与评估体系的信息化整合 2.2 营销业务管理的信息化整合 2.3 产品管理过程的信息化整合 2.4 价格管理过程的信息化整合 2.5 渠道组织与管理模型信息化的整合 2.6 销售管理与信息化的整合 2.7 物流储运管理与信息化整合 2.8 客户管理的信息化整合 2.9 广告管理的信息化整合 2.10 财务处理的信息化整合 2.11 营销业务管理与供应链体系服务的信息化过程 2.12 整合的结论与分销系统内涵的提出第3章 营销系统市场研究功能的实现 3.1 竞争者渠道价格体系数据采集与研究的信息化 3.2 地区媒体信息采集、分析与投放系统研究 3.3 渠道能力信息采集与分析的信息化过程 3.4 针对竞争者信息采集的信息化需求第4章 渠道组织体系对分销（DRP）系统的影响第5章 分销（DRP）系统的渠道价格体系研究第6章 企业营销管理模型对信息系统的影响第7章 销售管理的信息系统需求第8章 采购管理的信息系统需求第9章 物流对DRP的影响第10章 应收账款的管理第11章 应付账款的管理第12章 构造DRP系统的结构性思考第13章 分销系统成功的真正意义第14章 营销管理的战略战术

<<决战营销>>

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>