



## <<市场营销管理>>

### 内容概要

本书新增的内容如下：

阐述亚洲金融危机和对该地区的营销造成的影响。

增加介绍亚洲的广告插图和传播材料，以使读者加深印象。

增加新的营销案例，特别是来自中国、中国香港和印度的案例。

提供更多的不同国家之间跨文化的营销分析专论。

对亚洲消费者及其在市场上的功能与行为及经验数据作了更新。

扩大了亚洲营销问题的讨论范围。

新增的第23章介绍了营销者所关注和面临的新信息、传播及销售渠道问题。

增加了全新的章末“观念应用”专题，其中有不少是针对亚洲的公司如何应对实际营销挑战的内容。

作者简介：

菲利普·科特勒(Philip Kotler)，世界著名市场营销权威，现任美国西北大学凯洛格管理学院教授。在芝加哥大学获经济学硕士学位、麻省理工学院获经济学博士学位。

已出版15部著作，在一流刊物上发表论文100多篇。

他兼任美国管理科学研究院市场营销分院院长、美国市场营销协会顾问、营销科学研究会理事等职。他曾担任美国电话电报公司、美洲银行、福特公司、通用电器公司和IBM公司等世界著名企业顾问。由于他对营销科学作出了杰出贡献而获得的奖励有：保罗·D·肯沃斯奖、卓越市场营销教育奖(1985)和查尔斯·库利奇·帕林奖。

洪瑞云(Swee Hoon Ang)：新加坡国立大学商业管理学院讲师。

在英国剑桥大学获市场营销博士学位。

她的研究领域是广告、消费者行为以及服务市场营销。

她还兼任新加坡市场营销学会理事和全国商业战略研究会主席，并曾为多家公司和机构作过咨询顾问。

梁绍明(Siew Meng Leong)：新加坡国立大学商业管理学院高级讲师。

在威斯康星大学获工商管理硕士和博士学位。

他的研究领域是消费者行为、销售管理和市场营销管理。

他担任新加坡市场营销学会理事，是多家营销杂志的编委和编辑，曾为多家公司和机构作过咨询顾问。

陈振忠(Chin Tiong Tan)：新加坡国立大学商业管理学院市场营销系主任、副教授。

在宾夕法尼亚州立大学获市场营销博士学位，曾在赫尔辛基经济与商业学院和南非威特沃斯拉大学作访问学者。

陈博士担任几家国际刊物的编委和新加坡几家公司的董事。

现任新加坡市场营销学会主席和亚太市场营销协会理事和新加坡航空管理发展中心学术顾问，曾为多家国际公司作过咨询顾问。



书籍目录

- I篇 市场营销管理绪论
- II篇 市场营销机会分析
- III篇 研究和选择目标市场
- IV篇 制定市场营销战略

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>