第一图书网, tushu007.com

<<市场营销>>

图书基本信息

书名：<<市场营销>>

13位ISBN编号：9787300055381

10位ISBN编号：7300055389

出版时间：2004-08-01

出版时间：中国人民大学出版社

作者：李冬等译

页数：156

字数：112000

译者：李冬,杨文静

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

前言

人们从未像今天这样重视市场现象和市场营销。
在瞬息万变的市场上，营销理念和营销手段总是被有意或无意、有形或无形地使用着。
一家形象好、声誉佳的企业，必然有其成功的营销经验；一种销量好、深受人们喜爱的商品，必然经过精心的营销策划。
可以这么说，营销是一门科学，但更是一门艺术。
一次成功的营销可以使一家企业一夜成名，且名声常在；一次不恰当的营销却往往会适得其反。
不同发展阶段、不同实力、 生产不同产品的企业，处于不同的市场环境，面对不同的竞争对手，采用的营销手段也一定是千差万别的。
孙子云：运用之妙存乎一心。
这句话用来形容营销策略的运用太恰如其分了。
因此，营销理论界呈现出一片..

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本书的八篇文章分别从不同角度入手，阐述了营销理论和实践中最为关键的几个问题。
其中有四篇是品牌问题。
　本书还对营销中的其他一些关键主题进行了详尽的论述。
本书向读者读者展示了随着信息技术的飞速发展，特别是网络的出现和普及，营销环境发生的翻天覆地的变化，网络营销已不再是营销领域的新事物，掌握网络技术的公司将具有很大优势。

作者简介

达特茅斯大学阿莫斯·杜克高学院营销专业教授，整合营销传播和品牌价值研究领域的先驱，迪斯尼、福特、英特尔、利维-斯特劳斯、耐克、宝洁、星巴克等世界最著名品牌的品牌顾部，《战略品牌管理》一书的作者。
凯勒教授曾就读于康奈尔大学、杜克大学和卜耐基-梅隆大学，其研究

第一图书网, tushu007.com

书籍目录

1 品牌报告卡2 让濒临死亡的品牌焕发生机3 如何打一场价格战4 网络营销：因特网上的真实商业5 全球品牌的诱惑6 贵企业品牌的“ 战略之星 ”联合起来了吗？
7 折磨你的顾客（他们会喜欢的）8 用实验设计提高公司营销的投资回报率

第一图书网, tushu007.com

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