

<<组织市场管理>>

图书基本信息

书名：<<组织市场管理>>

13位ISBN编号：9787301096628

10位ISBN编号：7301096623

出版时间：2006-1

出版时间：北京大学出版社

作者：安德森

页数：460

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>

<<组织市场管理>>

内容概要

本书在理解、创造和传递价值的框架下,详细讨论了组织市场的每一个重要过程,比如制定营销战略、管理营销组合以及保持顾客关系等。

本书的四大指导原则是:以价值为基石,集中于组织市场过程,强调跨国境的交易,强调工作关系和商业网络。

本书的目的是为组织营销和组织市场提供最先进的管理方法。

无论是经验有限的学生还是老练的经理人,都会发现本书是有价值的资源,包含着能够激发和提升他们思维的概念、框架和最佳实践。

<<组织市场管理>>

作者简介

James C.Andersom是西北大学凯洛克商学院营销学和批发渠道的William L.Ford优秀教授，行为科学教授。

他教授组织市场专业的研究生课程。

Anderson教授的研究兴趣有：构造组织市场独特的价值定位，演示和证明市场组合价值的测方法，组织市场企业间的关系等。

他发表了三十多篇论文，有一部分发表在Harvard Business Review上。

James A.Narus是Wake Forest大学（Charlotte，北卡罗纳州）Babcok商学院的营销学教授。

Narus教授的教学、研究和咨询兴趣包括以价值为基础的营销，营销组合的管理，分销渠道设计和管理，组织市场的合作关系与网络。

Narus和Babcock教授B2B营销和营销管理方面的课程。

在组织市场管理方面，Narus教授发表了大量的论文和研究报告。

这些论文发表在Harvard Business Review,Sloan Management Review,California Management Review等上面。

书籍目录

Preface Acknowledgments About the Authors SECTION 1: INTRODUCTION AND OVERVIEW CHAPTER 1 Business Market Management: Guiding Principles Overview Value as the Cornerstone of Business Market Management What is Value in Business Markets? Assessing Value in Practice Managing Business Market Processes Shareholder Value, Business Processes, and Marketing Core business processes Contributions of marketing Business market processes Business marketing Doing Business Across Borders Language and Culture Cross-border negotiations Cross-border dispute resolution Currency Exchange and Payment Risk Working Relationships and Business Networks Work Teams Working Relationships Collaborative relationship agreements Collaborative relationship development Business Networks Business network characteristics Analyzing business networks Summary SECTION 2: UNDERSTANDING VALUE CHAPTER 2 Market Sensing: Generating and Using Knowledge About the Market Overview Defining the Market Market Segmentation Conventional bases of segmentation Progressive bases of segmentation Determining Market Segments of Interest Market segment size and growth Sales and profit potential..... SECTION 3: CREATING VALUE SECTION 4: DELIVERING VALUE

<<组织市场管理>>

编辑推荐

如何你想理解并管理组织市场，没有比Anderson和Narus更好的资源了。他们的亲身经验和洞察力创造了本书的“黄金标准”。新版增加了令人着迷的关于顾客价值管理和品牌在组织市场中的作用的资料。
——菲利普·科特勒

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>