

<<营销管理架构>>

图书基本信息

书名：<<营销管理架构>>

13位ISBN编号：9787301123027

10位ISBN编号：7301123027

出版时间：2007-12

出版时间：北京大学

作者：PhilipKotler , Ke

页数：360

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>

## <<营销管理架构>>

### 内容概要

本书是营销学大师科特勒所著的最畅销教材《营销管理》（第12版）的精缩版。全书由七部分组成：第1部分是了解营销管理；第2部分是与客户相联系；第3部分是塑造强大的品牌；第4部分是打造市场供应品；第5部分是提供价值；第6部分是传播价值；第7部分是实现成功的长期增长。

本书是营销学大师科特勒所著的最畅销教材《营销管理》（第12版）的精缩版，对当今营销管理实践作出了权威性介绍，而且篇幅适中，教师在授课过程中可以根据需要自行加入案例、模拟和项目练习，本书与其以前版本一样，旨在帮助公司、社会团体和个人调整自身的营销战略和管理以适应21世纪的营销现状。

本书适用于MBA以及本科生和研究生的营销管理和营销战略课程，也可用作企业管理人员的培训教材和参考书。

## <<营销管理架构>>

### 作者简介

菲利普·科特勒，西北大学凯洛格管理学院终身教授，被誉为“现代营销之父”。  
凯文·莱恩·凯勒，达特茅斯大学塔克商学院营销学教授。

<<营销管理架构>>

书籍目录

前言第1部分 了解营销管理第1章 定义21世纪的营销第2章 制定并实施营销战略和计划第3章 了解市场、市场需求和营销环境第2部分 与顾客相联系第4章 建立顾客价值、满意和忠诚第5章 消费者市场分析第6章 企业市场分析第7章 确定细分市场和目标市场第3部分 塑造强大的品牌第8章 创建品牌资产第9章 定位与竞争第4部分 打造市场供应品第10章 制定产品战略及产品生命周期不同阶段的营销第11章 服务的设计与管理第12章 制定定价战略和计划第5部分 提供价值第13章 设计和管理价值网络与营销渠道第14章 零售、批发和物流的管理第6部分 传播价值第15章 整合营销传播的设计和管理第16章 大众传播管理第17章 人员传播管理第7部分 实现成功的长期增长第18章 在全球经济中对营销进行管理术语表索引

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>