第一图书网, tushu007.com

<<营销管理>>

图书基本信息

书名：<<营销管理>>

13位ISBN编号：9787302269083

10位ISBN编号：7302269084

出版时间：2011-11

出版时间：清华大学

作者：(美)菲利普·科特勒//凯文·莱恩·凯勒|译者:戴维智//应斌

页数：300

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

内容概要

《营销管理(第5版)》是国际著名的营销学权威菲利普·科特勒教授的经典教材《营销管理》（第14版）的浓缩精华版，以简练的语言、适中的篇幅反映了近些年来营销管理方面的理论进展和实践创新。本版建立在全方位营销这一广泛主题的基础上，探讨了创造性和创新对于成功营销的重要作用。
《营销管理(第5版)》共7部分内容：了解营销管理；与顾客相联系；塑造强大的品牌；打造市场供应品；提供价值；传播价值；实现成功的长期增长。

《营销管理(第5版)》贴近营销实践、贴近读者，贴近最新理论成果，内容精练，通俗易懂，具有极强的可读性。
《营销管理(第5版)》适于工商管理尤其是营销专业学生作为课程教材和参考教材。
对于那些有志于在营销职业领域有所建树的人士，《营销管理(第5版)》也是极好的参考。

作者简介

菲利普·科特勒(Philip Kotler)，市场营销学的国际权威之一，美国西北大学凯洛格管理研究生院国际营销学教授和S.
C.庄臣学者。
他著有许多经典的营销学教材，此外还为一流刊物撰写了100多篇论文。

科特勒教授现在为多家国际大公司担任营销战略和计划、营销组织、整合营销方面的顾问，包括IBM、通用电气公司、美国电话电报公司、美洲银行和米其林公司等。

凯文·莱恩·凯勒(Kevin Lane
Keller)，达特茅斯学院塔克商学院营销学教授和E.B.奥斯本学者。
他教授关于品牌营销战略的MBA课程，是品牌研究领域的国际领导者之一。
凯勒教授曾在斯坦福大学、加利福尼亚大学和北卡罗来纳大学从事营销研究或教学工作。

<<营销管理>>

书籍目录

第1篇 了解营销管理
第1章 定义21世纪的营销
1.1 营销的重要性
1.2 营销的范围
1.3 核心营销概念
1.4 新的市场实际
1.5 公司的市场导向
1.6 4P的更新
1.7 营销管理的任务
小结
注释
第2章 制定营销战略和计划
2.1 营销与顾客价值
2.2 公司和部门战略计划
2.3 业务单元战略计划
2.4 营销计划和营销效果
小结
注释
第3章 收集信息和预测需求
3.1 营销信息系统与营销情报
3.2 营销调研系统
3.3 预测与需求测量
3.4 分析宏观环境
小结
注释
第2篇 与顾客相联系
第4章 建立长期的忠诚关系
4.1 建立顾客价值、满意度和忠诚度
4.2 最大化顾客终身价值
4.3 培育顾客关系
4.4 顾客数据库和数据库营销
小结
注释
第5章 消费者市场分析
5.1 影响消费者行为的因素
5.2 关键的心理过程
5.3 购买决策过程：五阶段模型
5.4 行为决策理论与行为经济学
小结
注释
第6章 企业市场分析
6.1 组织购买的定义
6.2 企业购买过程的参与者
6.3 企业购买过程的阶段
6.4 管理B2B客户关系

小结
注释
第7章 确定细分市场和目标市场
7.1 细分消费者市场的基础
7.2 细分企业市场的基础
7.3 选定目标市场
小结
注释
第3篇 塑造强大的品牌
第4篇 打造市场供应品
第5篇 提供价值
第6篇 传播价值
第7篇 实现成功的长期增长

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