第一图书网, tushu007.com

<<市场营销案例与实务>>

图书基本信息

书名：<<市场营销案例与实务>>

13位ISBN编号：9787309051025

10位ISBN编号：7309051025

出版时间：2006-8

出版时间：复旦大学出版社

作者：杨顺勇

页数：215

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

如何做市场?如何做营销?是一门实践性很强的艺术。
本书注重市场营销理论和我国企业市场营销实践的结合，分案例和实务两篇，采用营销故事、案例分析、思维训练、角色扮演、模拟训练、课题研究等多样化方式来反映市场营销发展的新动态、新趋势，使广大读者更全面、具体、有效地掌握市场营销这门课。
本书适合广大读者。

书籍目录

一 案例篇 案例1 成功没有偶然 案例2 与顾客一起创造价值 案例3 嫁接就是创新 案例4 最女人的信用卡 案例5 引领时尚潮流 案例6 国产手机的市场攻略 案例7 感冒药市场的“ 双赢 ”策略 案例8 “ 伟哥 ”大战的背后 案例9 网络营销的务实之道 案例10 家电营销模式大比拼 案例11 走向国际的中欧商学院 案例12 联通CDMA的绿色营销 案例13 中信STAR的电子营销 案例14 土家烧饼的兴与衰 案例15 应对国际竞争的娃哈哈 案例16 从世界工厂到品牌运营商 案例17 星巴克咖啡进驻中国市场 案例18 超级女声与蒙牛酸酸乳 案例19 重塑“ 李宁 ”品牌 案例20 西班牙焚鞋事件的反思二 实务篇 实务1 电话营销 实务2 伊莱克斯的3 · 15特别行动 实务3 营销策划常用的方法和工具 实务4 顾客满意度测评指标的设定 实务5 赢得“ 心 ”的营销———CRM 实务6 促销（SP）活动赠品的选择 实务7 小市场大营销 实务8 销售上路 实务9 成功营销人的自述 实务10 宠物店创业计划 实务11 营销细节决定成败 实务12 经典营销传播概念附录1 市场营销分析报告模版附录2 《市场营销学》英汉常用词汇主要参考资料后记

章节摘录

案例4最女人的信用卡台新银行玫瑰卡在上市的短短一年半时间里突破了10万张的发卡量，并建立了其女性的、认真的品牌个性，一跃成为台湾女性信用卡的领导品牌。
·品牌命名一直以来，玫瑰就代表着女性对爱情浪漫的憧憬，尤其在“情人节”，玫瑰花更代表爱情永恒的誓言。
玫瑰好听、好记，不仅女性喜爱，男性也不例外。
因此台新银行将其信用卡产品命名为玫瑰卡，为其品牌个性的建立埋下了伏笔。
在台新银行加入发卡行列之前，台湾的信用卡市场几乎是花旗与中信的天下：他们以雄厚的财力及大笔媒体预算为后盾建立了很高的知名度并迅速占领了大部分市场份额。
但在当时发卡银行都没有进行市场细分。
·细分市场据有关资料统计，女性持卡人拥有较好的信用历史，工作稳定，发生呆账的情形少。
随着女性消费能力的不断提升，台新银行预测女性的信用卡市场将有很大的发展空间，因此台新银行将女性定位为信用卡的主要目标市场。
女性有其共同特征：喜欢煮咖啡，不喜欢煮饭；工作全力以赴，表现出众；渴望有女强人的成就，同时又渴望如小女人般受宠；热情、爱冒险，却又心思细密；喜欢出国旅游，会赚钱，也会花钱，崇尚高兴就好；有自己的生活品味，有自己的消费主张。
针对这种情况，台新银行设计出一种专属于女人的信用卡--台新银行玫瑰卡。

后记

市场营销是一门实践性很强的课程，本书是力求“新观念与本土化”以能力培养为本位的新型市场营销教材，注重市场营销理论与我国企业市场营销实际的结合，特别是选择我国企业的市场营销案例与实务，突出本土的特色；将新观点、新技术、新方法等融入其中，以反映市场营销发展的新动态及新趋势，突出一个“新”字，做到以学生为中心，注重实践能力培养，采用营销故事、案例分析、思维训练、角色扮演、模拟训练、课题研究、边做边学等多样化的方式方法，进行系统打造和培养，使学生市场营销能力的培养更为具体、全面、科学、有效。
本书可作为高校经济管理类专业教材，也适合市场营销从业人员参考使用。
本教材的编写团队是在市场营销理论和实践方面很有建树同时又在撰写教科书方面颇具有经验的学者和老师。
在编写过程中，参考了大量的相关教材、著作及论文，采用了许多资料和观点，书后的主要参考书目均已列示，但更多的则因为教材编写的特殊性而无法详细加以注明，在此向这些作者表示衷心感谢。
由于学识所限，书中难免会有错误和不当之处，恳请不吝赐教和批评指正，我们将在修订中认真吸取，使本书不断完善。
本教材建立了全面的教学支持体系，收录大量网络资源，并配备了专门的教学课件、参考资料和辅导材料，可以开阔视野，有助于加深对教材内容的理解，指导学生在网络时代如何突破传统教材的内容限制进行自主性、研究性学习。
相关教学资料下载ftp：／／list：list@210.22.145.60；教学支持网站www.sdu.sh.cn；Email：david@sandau.edu.cn。
本教材由杨顺勇、牛淑珍、赵春华老师主编，左振华老师负责策划，由薛兴国教授审稿。
感谢复旦大学出版社徐惠平老师的大力协助。

编辑推荐

沃尔玛是如何获得成功的？
“伟哥”大战的背后是什么？
中信STAR的电子营销策略是什么？
土家烧饼的兴衰之道？
娃哈哈如何应对国际竞争力？
超级女声与蒙牛酸酸乳的营运策划之方？
……　　市场营销是一门实践性很强的课程，本书是力求“新观念与本土化”以能力培养为本位的新型市场营销教材，注重市场营销理论与我国企业市场营销实际的结合，特别是选择我国企业的市场营销案例与实务，突出本土的特色。
本书可作为高校经济管理类专业教材，也适合市场营销从业人员参考使用。

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