

<<市场营销十八讲>>

图书基本信息

书名：<<市场营销十八讲>>

13位ISBN编号：9787504451842

10位ISBN编号：7504451843

出版时间：2004-9-1

出版时间：中国商业出版社

作者：刘志迎

页数：398

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>

<<市场营销十八讲>>

内容概要

“商”者虽为四民之末，但其“搬有运无”之贡献却非士、农、工所能比拟，因此“市场营销”是一门重要的学问，尤其随经济发展，越显重要。

近来，莘莘学子也都留意到市场经济下，各行各业对于市场营销的重视，而有心向学。

然而一本内容充实，深入浅出的教科书却是不容易在坊间找到。

刘志迎教授长年从事市场营销教学，同时也在咨询公司担任顾问工作，辅导多种产品设计、营销企划、产品上市等工作，可说是理论与实务兼备的学者，因此《市场营销十八讲》的内容除了一般书所阐述之理论外更加着重“策略”运用。

战争首重战略，商场如战场，当然也必须强调策略。

再突出的战术都无法挽救战略的错误。

由于编者有丰富的实务经验，在书中每一章节都可以发现其多年累积的心得与智慧。

综观《市场营销十八讲》的内容，乃是值得推荐的好书。

想要在商场与人一争高下者当然都应该拥有此书。

<<市场营销十八讲>>

书籍目录

第一讲 市场营销的过去、现在与未来一、理解市场营销二、营销理念的变迁三、营销理论的历程四、市场营销大趋势第二讲 分析市场营销机会一、企业营销的宏观环境二、企业营销的微观环境三、市场营销调查研究四、市场营销信息管理第三讲 消费品市场分析一、全面理解市场二、消费者市场分析三、消费者行为研究第四讲 组织市场分析一、工业品市场的界定二、工业品市场购买决策三、事业机构与政府市场四、经销商购买决策过程第五讲 竞争对手与竞争策略一、公司所在行业分析二、谁是本企业的竞争者三、竞争优势与核心能力四、竞争战略定位及实施五、国际市场竞争第六讲 营销战略规划一、战略规划二、战略业务单位三、业务组合设计四、营销程序第七讲 目标市场策略一、认识市场细分重要性二、市场细分化三、市场目标化四、市场定位五、国际市场目标化与定位第八讲 产品和服务决策一、整体产品的理念二、产品种类识别三、产品组合策略四、产品生命周期五、新产品开发与市场进入六、服务产品第九讲 品牌战略与策略一、品牌与商标二、CIS与品牌设计三、品牌战略第十讲 定价策略一、影响定价的因素二、一般定价方法三、新产品定价策略四、产品组合定价策略五、价格调整及变动策略六、外贸产品的定价第十一讲 销售渠道策略一、销售渠道和网络二、渠道行为和渠道设计决策四、渠道和网络管理五、实体分配和物流配送第十二讲 批发与零售一、批发商及其双向行为二、批发商的营销决策三、零售商及其双向行为四、零售商营销决策五、零售商业的连锁经营第十三讲 人员推销、营业推广与公共关系一、促销与促销组合二、人员推销三、营业推广四、公共关系第十四讲 商业广告一、理解广告二、广告战略和目标三、广告决策四、广告预算五、广告发布六、广告评估第十五讲 营销管理一、营销管理组织建设二、营销管理体系三、人员管理四、业务管理五、客户管理第十六讲 整合营销一、整合营销概述二、整合营销传播三、整合营销传播的实施第十七讲 营销企划一、企划方案流程二、市场营销企划三、广告企划四、公共关系企划五、营业推广企划第十八讲 营销道德与责任一、社会对营销的批评二、市场营销中的道德三、营销者的社会责任参考书目后记

<<市场营销十八讲>>

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>