

<<营销管理 教材与案例>>

图书基本信息

书名：<<营销管理 教材与案例>>

13位ISBN编号：9787509614730

10位ISBN编号：7509614732

出版时间：2011-8

出版时间：经济管理出版社

作者：(美国) 戴维·劳登 等著

页数：313

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 教材与案例>>

### 内容概要

《营销管理：教材与案例（第2辑）》旨在为本科生和研究生的营销管理课程充当教材之用。我们试图通过大量的细致说明来涵盖营销学的所有基本管理元素，提供一个营销学的概览，并在案例导向的教学环境中为非营销专业的学生提供一个背景，挑战性地提高学生对营销的理解水平。

## <<营销管理 教材与案例>>

### 作者简介

戴维·劳登博士，是位于门罗的路易斯安那大学商业管理学院管理与营销系主任，营销课程教授。曾任教于路易斯安那州立大学、罗得岛大学、香港树仁学院，还参与了墨西哥蒙特里的北美行政项目。

他曾教授过多门课程，但以讲授营销管理和消费者行为为主。

劳登博士与人合著了12本书，并在美国、欧洲、亚洲和拉美就消费者行为、国际营销、服务营销和营销管理等专题进行了合作研究。

他已撰写了超过100篇的论文、文章、商业案例等，他的研究成果在多家杂志和大量专题会议上发表。他是《营销调查：教材与案例》一书的合作者，他也是霍沃思出版公司出版的“最佳商务丛书”的主编之一，并且是《服务营销季刊》的编辑之一。

罗伯特·史蒂文斯博士，是位于门罗的路易斯安那大学商业管理学院管理与营销系的营销课程教授。

在他杰出的职业生涯中，史蒂文斯博士在阿肯色大学、南密西西比大学以及香港的树仁学院讲过课。

他讲授营销管理、商业调查、统计、营销调查以及战略管理课程。

他是包括《营销调查：教材与案例》在内的20本书以及150多篇论文的作者或合作者。

他曾在许多本地的、地区性的以及国家性的公司担当顾问，进行项目调查、可行性分析以及营销规划，他一直拥有一家营销调查公司，目前又成立了两家小公司。

他是《服务营销季刊》的编辑之一，还是另外四家专业杂志的编委。

他在1997年当选为东北路易斯安那大学的商业管理杰出教授，另外在五个不同场合当选为商业管理学院的杰出研究员。

布鲁斯·雷恩博士，印第安纳大学南本德商业与经济学院营销学教授。

曾写作多本有关营销管理、规划和调查的著作，并著有两本关于宗教组织营销的书。

雷恩博士也就非营利、营利和保健机构写作了大量关于营销战略、调查和营销技术的文章。

他是《营销调查：教材与案例》一书的作者之一。

他花费了数年时间为一家大型医药公司进行市场分析和规划，并在很多产业机构，宗教单位以及食品、高科技和保健业的机构担任顾问。

## <<营销管理 教材与案例>>

### 书籍目录

案例提供者前言第一章 营销管理流程什么是营销营销概念新千年的营销管理有效的营销管理流程营销决策的环境营销决策的全球化导向营销决策的伦理化导向电子商务与营销原则小结第二章 客户分析市场细分简介市场细分方法以研究为基础的细分已有的细分系统管理判断I细分市场的潜力预测小结第三章 竞争力分析竞争力分析的目的理解竞争的重要性竞争的特质产业分析竞争者分析竞争的营销审计竞争战略和资源公司竞争优势的开拓市场定位的战略收集竞争者的情报以消费者还是以竞争者为导向小结第四章 营销决策的财务分析财务评价收入分析成本分析盈利分析风险分析方法模拟模型非盈利成本分析小结第五章 营销计划：战略观点为什么需要战略管理战略管理流程计划水平现有战略业务单元的战略公司计划与营销计划全球性组织中的战略计划小结第六章 营销计划：运营观点运营营销计划格式准备计划与预算目标营销与营销战略制定产品定位小结第七章 执行营销计划内部营销执行问题执行技巧在组织范围内整合社会营销导向全面质量管理执行的组织化从战略到战术的转化小结第八章 营销行为的评价与控制整合计划与控制信息流的时间控制绩效评价与控制营销审计小结案例一沃特克里斯公园案例二高级电子承包商：居民服务部案例三科罗拉多的盖特威医疗垃圾运输案例四内申奈尔地基公司案例五米尔德丽德的小盒子

<<营销管理 教材与案例>>

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>