

<<政府营销论>>

图书基本信息

书名：<<政府营销论>>

13位ISBN编号：9787509719275

10位ISBN编号：7509719275

出版时间：2011-2

出版时间：社会科学文献出版社

作者：朱静

页数：237

字数：210000

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>

<<政府营销论>>

内容概要

自20世纪80年代西方市场营销观念引入中国，商品化社会下的中国市场发生了一系列革命性的震荡。

经济全球化催生了我国的政府营销观念，不少城市已经开始了政府营销的实践活动。

本书立足于政府营销国际前沿文献以及最新的实践经验，对政府营销理论进行了规范性研究，并尝试构建一个基本理论框架。

从认识论的角度探讨了政府营销的产生、概念及价值实质，从方法论的角度探讨了政府营销的战略规划与营销组合，并从组织实施的角度论述了政府营销的实现路径，最后从实证研究的角度对政府营销的案例进行了分析。

<<政府营销论>>

作者简介

朱静，湖北宜昌人，博士，现为三峡大学政法学院副教授，硕士生导师。
2007年毕业于武汉大学，相继取得了经济学学士、管理学硕士与管理学博士学位。
目前主要从事公共管理、旅游管理、区域经济等方面研究，讲授管理学、公共管理学、西方经济学等课程。
科研成果丰硕，2006年以来，共在各级各类期刊上公开发表学术论文14篇，其中发表在核心期刊(CSSCI源刊)上的论文6篇。
主持、参与教学和科研项目8项，项目总经费达28万元。

<<政府营销论>>

书籍目录

第一章 导论 第一节 问题的提出及主题的由来 第二节 文献回顾第二章 政府营销的理论基础 第一节 政府营销的公共管理学基础 第二节 政府营销的公共经济学基础 第三节 政府营销的市场营销学基础 本章小结第三章 政府营销的生成背景和理论根源 第一节 政府营销产生的社会背景 第二节 政府营销产生的理论根源 本章小结第四章 政府营销的内涵厘定 第一节 政府营销的概念界定 第二节 政府营销的主体和客体界定 第三节 政府营销的顾客行为分析 本章小结第五章 政府营销的价值观照 第一节 政府营销的价值分析 第二节 政府营销的价值系统 本章小结第六章 政府营销的系统建构 第一节 政府营销的模型构建 第二节 政府营销的战略规划 第三节 政府营销的市场战略 第四节 政府营销组合策略 第五节 政府营销的战略控制与审计 本章小结第七章 政府营销的路径选择 第一节 行政流程再造：顾客导向 第二节 行政模式重构：绩效管理 第三节 行政价值重申：新公共服务 第四节 行政文化重塑：和谐行政 第五节 行政执行调整：内部营销 本章小结第八章 旅游目的地政府营销：以宜昌市为例 第一节 宜昌市简介 第二节 宜昌市政府旅游营销战略分析 第三节 宜昌市政府旅游营销策略分析 第四节 案例研究的结论及启示第九章 结论与展望 参考文献

<<政府营销论>>

章节摘录

版权页：插图：上述模型及要素分析在相关文献中被广泛引用。

科特勒等人（1993；2002）论述了地区发展的四种战略，包括社区服务发展，城市在设计和规划、经济发展以及战略方面的营销规划。

同时，又提出区域营销战略规划的五個步骤（1993），即地区稽核、愿景和目标、战略制定、行动方案计划及实施和控制等，并对每一步骤进行了专业的研究。

此外，科特勒等人（1993）还总结了常用的四种区域营销战略方法，分别是形象营销、吸引力营销、基础设施营销和人员营销等。

为了地区或政府的利益，必须动员和协调最广泛的利益相关者参与到政府营销中来。

因此，对政府营销利益相关者的研究和分析也是学者们非常关注的焦点之一，因为这同时也关系到上述战略规划过程及要素的方方面面。

伯顿在其文中提出了一种利益相关者营销模式，基于对不同的利益相关者需求的战略分析，运用营销工具收集利益相关者的信息，以提高服务质量和对利益相关者的意见进行管理。

科特勒等人（2002）详细分析了最活跃的地区营销者类型，包括本地层面的公共部门营销者和私人部门营销者、区域层面的营销者、国家层面的营销者和国际层面的营销者等。

值得一提的是，科特勒等人（1993；1999；2002a）还区分了战略和执行两种能力要素，并指出平衡这两种能力的重要性，这对整合营销战略规划和执行这两个环节，特别是对如何建立战略绩效导向的政府营销来说，无疑是一个极好的启示。

（3）政府形象与品牌。

政府形象和品牌从某种角度说就是地区形象或地区的产品，同时也是政府营销重要的方法论思想。

政府形象建设与品牌化管理，是政府营销专业化转型的重要标志之一，也是政府营销研究深化的重要标志之一。

<<政府营销论>>

编辑推荐

《政府营销论》：中国青年学者文库。

<<政府营销论>>

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>