

<<市场营销拍案惊奇>>

图书基本信息

书名：<<市场营销拍案惊奇>>

13位ISBN编号：9787563716739

10位ISBN编号：7563716734

出版时间：2008-5

出版时间：旅游教育出版社

作者：赵亚翔

页数：195

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>

<<市场营销拍案惊奇>>

前言

商机挖掘：掀起慧眼的盖头？

盈利模式：有几条突围的道路？

价格竞争：是不是企业救命的稻草？

渠道冲突：利益是永恒的博弈？

市场促销：有没有神奇的密码？

危机公关：大浪淘沙始见金？

市场定位：从“错位”到“越位”？

营销策划：开始还是结束？

大音希声，大象无形，大智若愚，大巧若拙。

认识必然，才能获得真正的自由。

伟大的技术，在实验室诞生；伟大的企业，在营销中涅槃。

那些“出色”的市场营销事件，万不能被历史遗忘了。

物因情变，事因势长，不做营销等死，做错营销找死！

有没有最最好使、最最能销、最最赚钱的市场营销策略与招数，从古而今，由外而中，玄机缥缈，密码重重。

拙著力求在对市场营销的基本概念与基本法则予以诠释的基础上，对诸如绿色营销、切割营销、价值营销、事件营销、体验营销等新思想、新模式、新方法作出通俗而巧妙的例证、解析与演绎。

在创作过程中，拙著直接汲取了诸多专家、学者和大师们的有关研究与著作成果，虽已尽可能地在参考文献部分给以了一一列举，但仍难以表达对他们的无限谢意，如果没有他们的辛勤耕耘，拙著的若干案例原型与理论经纬必然是“无本之木、无源之水”了。

还需特别声明的是，拙著虚构多多，但请粉丝们、花生们、读者朋友们切勿对号入座。

营销本无术，市场亦非台。

本来惊奇事，何处惹案拍？

市场营销，芝麻开门啦……赵亚翔2008年3月3日子牙河畔

<<市场营销拍案惊奇>>

内容概要

本书共计20回，将市场营销的基本概念借助大家耳熟能详的《三国演义》《水浒传》《红楼梦》《西游记》等小说的著名人物以故事的形式予以彰显与阐发。

其间对市场营销学科的基本概念与常识多有涉及，同时对于一些市场营销的新思想、新模式、新手段也作了通俗易懂的诠释与演绎。

全书旁征博引。

将市场营销中方方面面的精华熔于一炉，妙论迭出、借古喻今，再加上如文学语言一样的叙述风格。令人大快朵颐。

从这个意义上说，这虽是一本有着很高实用价值的市场营销类图书，但我们又可以将其当做一部好看的章回小说拿来阅读。

<<市场营销拍案惊奇>>

作者简介

赵亚翔，知名营销策划与管理咨询专家，国家职业资格认证培训师：这些年来致力于“双核”经营机制与营销模式的研究；所撰写的《“杏花村汾酒国际文化节”构想》《科龙文化ABC》《电冰箱行业“窜货”博弈分析》等上百篇策划文案或学术论文反响强烈；其主编的《市场营销》一书为“新世纪”高等职业教育市场营销类课程规划教材。

<<市场营销拍案惊奇>>

书籍目录

第一回 翰林院碰难智多星卖计第二回 宝玉“搜豹”火眼金睛第三回 孙二娘功夫在“茶”外第四回
“小乔”竹筷涨价还多销第五回 天天低价浪子燕青发卫星第六回 林冲三报竞标热工程第七回 刘伯温
“掉渣儿饼”遭仿造第八回 豹子头交恶三丽电器第九回 卖场告急阮小二千里走单骑第十回 黄土高原
白日鼠善卖校徽第十一回 百元代办黄文炳吞苦果第十二回 西门庆“女体盛”被封杀第十三回 危机公
关王熙凤运筹帷幄第十四回 CALL-CENTER史湘云巧融抱怨第十五回 黑旋风黑大米糙誉神州第十六
回 一丈青花生油笑傲压榨第十七回 俞伯牙无绳电话谢知音第十八回 姜子牙偷着烦不如爽口笑第十九
回 牛悟能后大家之乐而乐第二十回 虚虚实实杜十娘贩美丽参考文献

<<市场营销拍案惊奇>>

章节摘录

第二回 宝玉“搜豹”火眼金睛秀玉初成实，堪宜待凤凰。

竿竿青欲滴，个个绿生凉。

进砌防阶水，穿帘碍鼎香。

莫摇分碎影，好梦正初长。

说一日，贾宝玉翻然觉醒，静静用功，志在考取功名，以回报母亲生他一世。

天道酬勤，宝玉考上了神州最著名的金陵大学，全家人自是欢喜至极，不再细表。

宝玉填报的是机械设计与制造专业，但进入金陵大学后没多久，宝玉就发现原来自己对机械设计与制造这个专业根本就没有多大兴趣，和自己填报志愿时设想的差别太大，心情遂又郁闷起来。

是啊，选择了一个自己不喜欢的专业，日后还要经常和这个打交道，这便让人如何是好？

经过一阵子的心理调节，宝玉的心情逐渐平和了下来，毕竟进入金陵大学以后，他接触到了很多新鲜的事物，开始对计算机表现出了极大的兴趣。

他发现自己很是喜欢软件编程，但是，他所考取的机械设计与制造专业虽然说也开设计算机的课程，但老师所讲授的知识都是一些计算机领域最基本的知识，根本就满足不了他对计算机极其强烈的求知欲望，于是他全身心地自学计算机方面的知识。

宝玉对于计算机知识的渴求仿佛着了魔一般：堪破三春景不长，粗衣顿改昔年貌。

可怜大户爵门儿，独坐台灯电脑旁。

宝玉在计算机方面的知识迅速丰富了起来，尤其是编程能力一日千里。

他还通过自己的出色的表现竞争到了学校的计算机网络中心的模拟首席架构师。

在这期间，学校爱心社的一个赞助商红楼高科有限责任公司想建个网站，爱心社的社长黛玉向宝玉求助，宝玉也就抱着试试看的心里揽下了给赞助商建网站的活儿。

经过近两周的努力，宝玉终于为那家公司设计好了网站。

网站运行起来以后，那家公司反应非常好，在当年的12月3日“国际残疾人日”前夕再次为金陵大学爱心社提供了1万元的活动经费，这简直让黛玉喜出望外。

<<市场营销拍案惊奇>>

后记

拙著力求在对市场营销的基本概念与基本法则予以诠释的基础上，对诸如绿色营销、切割营销、价值营销、事件营销、体验营销等新思想、新模式、新方法作出通俗而巧妙的例证、解析与演绎。

在创作过程中，拙著直接汲取了诸多专家、学者和大师们的有关研究与著作成果，虽已尽可能地在参考文献部分给以了一一列举，但仍难以表达对他们的无限谢意，如果没有他们的辛勤耕耘，拙著的若干案例原型与理论经纬必然是“无本之木、无源之水”了。

还需特别声明的是，拙著虚构多多，但请粉丝们、花生们、读者朋友们切勿对号入座。

营销本无术，市场亦非台。

本来惊奇事，何处惹案拍？

市场营销，芝麻开门啦！

<<市场营销拍案惊奇>>

编辑推荐

《市场营销拍案惊奇》以名著名人为底料，幽默风趣的快意营销指南。

商机，商机，商机在哪里？

推销，是从被拒绝开始的。

危机常有，消弥危机的契机不常有。

清茶咖啡龙门阵，拍案惊奇又一回。

商机挖掘：掀起慧眼的盖头？

盈利模式：有几条突围的道路？

价格竞争：是不是企业救命的稻草？

渠道冲突：利益是永恒的博弈？

市场促销：有没有神奇的密码？

危机公关：大浪淘沙始见金？

市场定位：从“错位”到“越位”？

营销策划：开始还是结束？

……拙著力求在对市场营销的基本概念与基本法则予以诠释的基础上，对诸如绿色营销、切割营销、价值营销、事件营销、体验营销等新思想、新模式、新方法作出通俗而巧妙的例证、解析与演绎。

在创作过程中，拙著直接汲取了诸多专家、学者和大师们的有关研究与著作成果，虽已尽可能地在参考文献部分给以了一一列举，但仍难以表达对他们的无限谢意，如果没有他们的辛勤耕耘，拙著的若干案例原型与理论经纬必然是“无本之木、无源之水”了。

还需特别声明的是，拙著虚构多多，但请粉丝们、花生们、读者朋友们切勿对号入座。

营销本无术，市场亦非台。

本来惊奇事，何处惹案拍？

市场营销，芝麻开门啦

<<市场营销拍案惊奇>>

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>