第一图书网, tushu007.com

<<科特勒营销新论>>

图书基本信息

书名：<<科特勒营销新论>>

13位ISBN编号：9787800735196

10位ISBN编号：7800735192

出版时间：2002-10

出版时间：中信出版社

作者：科特勒(美)

页数：207

译者：高登第

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

<<科特勒营销新论>>

内容概要

《科特勒营销新论》描述了新世纪中企业市场营销转型的关键。
它引发人们对企业策略的本质性重新思考——怎样在市集和市场空间中持续创新并为客户传递最高价值，《科特勒营销新论》指出，营销是形塑和实施这一新策略的第一推动力。

作者简介

菲利浦·科特勒（Philip Kotter），现代营销学之父。
目前是美国西北大学，凯洛格管理学院的国际营销学名誉教授。
他曾著有二十本著作，其中包括全世界企管硕士课程最广泛使用的营销学教科书。
目前担任多家消费品企业、一般商业、服务业和金融机构等大型企业的顾问。

书籍目录

第1章 用营销打造企业策略第2章 制定策略，另辟市场第3章 找出市场机会第4章 制胜的产品和服务第5章 重建企业架构第6章 强化商业基础架构和能力第7章 规划更多元的营销活动第8章 营销体系的设计第9章 新组织形态与发展模式名词对照表

编辑推荐

毕竟，市场变化的速度要比我们营销速度更快，传统的营销模式必须要能适应未来，我们必须将营销解构、重新定义、然后再加以延伸，如果营销的任务只是为了提升现有商品的销售的话，那么营销恐怕无法奏效。
到底有哪些商品必须加以淘汰，在这方面，营销人员进行更加深入的了解。
明智的公司是采取一种先感后回应的营销心态。

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