

<<当代营销新观念与战略营销管理>>

图书基本信息

书名：<<当代营销新观念与战略营销管理>>

13位ISBN编号：9787801341747

10位ISBN编号：7801341740

出版时间：1997-09

出版时间：航空工业出版社

作者：王秉安

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>

<<当代营销新观念与战略营销管理>>

内容概要

内容提要

80年代以来,营销理论工作者与实际工作者面对营销环境的新变化,不断提出了许多新的营销观念,从而深化了人类对营销本质的认识。

本书

追踪营销发展新趋势,在综合他人研究的基础上对营销新趋势、新观念、新策略作了进一步探讨,包括战略营销、关系营销、权力营销、信息营销、形象营销、绿色营销、政府营销、伦理营销、服务营销与全球营销等10个方面的研究。

本书结构紧凑,内容丰富,观点新颖,分析透彻,案例有针对性。

本书既对营销理论工作者有重要的学术参考价值,又对营销实际工作者有实践指导意义。

书籍目录

目录

- 第一章 当代我国营销环境与营销新观念
 - 第一节 当代我国营销环境
 - 第二节 当代营销新观念与新策略
 - 第三节 当代其它营销新观念介绍
- 第二章 战略营销与战略营销模式
 - 第一节 战略营销与战略营销模式的提出
 - 第二节 战略营销概念和战略营销模式
 - 第三节 营销战略原则和选择营销战略新思路
 - 第四节 实证：永林股份（集团）战略营销模式
- 第三章 关系营销
 - 第一节 关系营销的提出
 - 第二节 CS——关系营销的灵魂
 - 第三节 传统营销与关系营销的比较
 - 第四节 关系营销模式
 - 第五节 关系营销对策
- 第四章 形象营销
 - 第一节 形象与企业形象的概念
 - 第二节 企业形象模型
 - 第三节 形象与营销的关系
 - 第四节 形象营销的对策
 - 第五节 两个CI模式实证
- 第五章 信息营销
 - 第一节 信息营销的提出
 - 第二节 营销管理信息系统
 - 第三节 商业自动化
 - 第四节 信息产品的营销
 - 第五节 信息革命对传统营销组合的影响
- 第六章 权力营销
 - 第一节 权力营销的提出
 - 第二节 直接权力营销及对策
 - 第三节 政治权力营销及对策
 - 第四节 法律权力营销及对策
 - 第五节 政府权力营销及对策
- 第七章 政府营销
 - 第一节 政府营销的提出
 - 第二节 政府营销的概念、特点和意义
 - 第三节 政府营销主要内容
 - 第四节 政府营销管理程序
- 第八章 绿色营销
 - 第一节 绿色营销的提出
 - 第二节 绿色营销的内容
 - 第三节 绿色营销的模式
 - 第四节 绿色营销对策
- 第九章 伦理营销

<<当代营销新观念与战略营销管理>>

第一节 伦理营销的提出

第二节 伦理营销的内容

第三节 伦理营销对策

第四节 营销的社会责任

第十章 服务营销

第一节 服务营销的提出

第二节 服务与服务营销内涵

第三节 传统营销组合在服务营销中的应用

第四节 服务营销模型

第五节 服务营销的战略营销模型

第十一章 全球营销

第一节 全球营销的提出及其内涵

第二节 全球营销战略

第三节 全球营销管理

第四节 全球营销组织与控制

第五节 全球营销实证

编后语

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>