

<<产品经理的营销计划>>

图书基本信息

书名：<<产品经理的营销计划>>

13位ISBN编号：9787801443359

10位ISBN编号：7801443357

出版时间：1999-09

出版时间：宇航出版社

作者：(美)唐纳德.R.莱曼(Donald R. Lehmann)

页数：273

字数：204000

译者：魏立原

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>

<<产品经理的营销计划>>

内容概要

本书的重点是那些能够对选择战略和广告、定价、分销、产品设计和营销战术起指导作用的分析工作。

它是围绕着营销计划的制订组织起来的，尤其强调的是年度的营销计划。

营销计划提供了一种有用的模式，它不仅能够有助于组织讨论，还能协助系统的制订营销策略。

本章提供了营销计划的简要概述和形成计划的一般格式。

然而一定要懂得，计划并不是其本身的结束，而是一种用来选择更好、更有利于赚取利润的战略的手段。

<<产品经理的营销计划>>

作者简介

唐纳德·R·莱曼，加利福尼亚大学伯克利分校哈斯商学院的营销学教授。
拉塞尔·S·温纳，哥伦比亚大学商学院的营销学教授。

<<产品经理的营销计划>>

书籍目录

编者序第一章 概述 概述 营销计划的定义及目标 计划过程 营销计划的组成部分 小结 附录1 营销计划概要第二章 确定竞争集合第三章 行业分析第四章 竞争者分析第五章 顾客分析第六章 市场潜力和预测第七章 分析和战略

<<产品经理的营销计划>>

媒体关注与评论

本书针对产品经理的实际需要，提出了一套具有操作性很强的产品营销计划制定原则，重点是那些能够对选择战略和广告、定价、分销、产品设计和营销战术起指导作用的分析工作，如顾客分析、竞争者分析和行业分析以及计划的假设和预测，使你有条不紊，游刃有余。

<<产品经理的营销计划>>

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>