

<<营销管理与战略案例(亚太版)>>

内容概要

什么样的案例才算是合格的案例？

这本《营销管理与战略案例（亚太版）》为我们提供了一个较好的示范，每个案例都详细介绍了当时的实际背景，而且有大量的数据资料，提出了当时企业面临的决策总是，部分案例还将提出的可供选择的决策方案一一列举，使学习才能够通过案例感受到实际决策的复杂性。

此外，对我国读者来说，这本案例最大的优点是所有案例都发生在亚太地区市场，许多案例中的企业或品牌早已为中国读者所熟悉..

<<营销管理与战略案例(亚太版)>>

书籍目录

译者前言

前言

第一部分 市场营销管理绪论

案例1 玫琳凯化妆品公司：进入亚洲市场

.....

第二部分 市场营销机会分析

案例6 皇家香港赛马会

.....

第三部分 研究并选择目标市场

案例11 美国亚洲食品进口公司

.....

第四部分 制定市场营销战略

案例14 花旗银行卡中心

.....

第五部分 规划市场营销方案

案例19 Choufont-Salva公司

.....

第六部分 市场营销执行与控制

案例25 贝雅摩托公司

.....

亚洲—太平洋地区统计概况

<<营销管理与战略案例(亚太版)>>

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>