

<<市场营销案例新编>>

图书基本信息

书名：<<市场营销案例新编>>

13位ISBN编号：9787810824255

10位ISBN编号：7810824252

出版时间：2004-10-1

出版时间：北方交通大学出版社

作者：王慧彦

页数：187

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>

<<市场营销案例新编>>

内容概要

本书是高职高专经济与管理专业辅助教材。

本书既有国外著名公司的经典案例，又有我国近几年来经营成败的案例；既有教学案例，又有课堂讨论和思考案例。

全书力图从4个方面体现出自身的特色。

(1) 典型性：选取的案例在本行业具有代表性，基本上能代表行业的发展情况。

(2) 适用性：全部案例源于实践，前景真实，资料丰富，编写通俗易懂，便于教、便于学。

(3) 系统性：以市场营销学的理论体系为主线搜集整理相关案例，以满足教学 and 不同市场主体的需要。

(4) 时代性：所选编案例都是经过精心选择的近期发生的案例，具有时代感；并提供能给人以启迪的成功及失败的经验总结。

本书不仅适用于高职高专教学、学生自学、而且也适用于其他高校、企业营销和管理人员的业务培训及自修提高之用。

<<市场营销案例新编>>

书籍目录

第1章 市场营销及市场营销观念 1 本章导读 2 教学导入案例 案例1-1 海尔在美国成功的奥秘 3 课堂讨论案例 案例1-2 中国人, 奇强 案例1-3 汽车皇冠的明珠 4 课外思考案例 案例1-4 老牌子遇到新问题第2章 营销环境分析 1 本章导读 2 教学导入案例 案例2-1 都是PPA惹的祸 3 课堂讨论案例 案例2-2 三星: 新新人类的数字化脸谱 案例2-3 可口可乐、麦当劳的恐龙处境 4 课外思考案例 案例2-4 银发世界, 商机无限——夕阳产业钱景广阔第3章 消费者行为分析 1 本章导读 2 教学导入案例 案例3-1 康师傅——成功看得见 3 课堂讨论案例 案例3-2 哈雷-戴维森: 一个阶层的生活方式 案例3-3 洗发水市场: 集中一点, 差异求胜 4 课外思考案例 案例3-4 空调消费调研报告第4章 目标市场营销战略 1 本章导读 2 教学导入案例 案例4-1 标本亿利甘草良咽——一个新产品切入成熟市场的全程解读 3 课堂讨论案例 案例4-2 摩托罗拉的品牌细分 案例4-3 比附定位: 高露洁搭车宝洁 案例4-4 蓝猫抢滩儿童市场——蓝猫饮品的异类猫步 4 课外思考案例 案例4-5 凤凰退出傻瓜市场 案例4-6 奥克斯汽车蛋糕启动第二品牌第5章 产品策略 1 本章导读 2 教学导入案例 案例5-1 农夫果园: 差异化摇动果汁市场 3 课堂讨论案例 案例5-2 安徽芳草何以不复往日风华 案例5-3 上海冠生园的品牌之争 4 课外思考案例 案例5-4 MOTO: 摩托罗拉再塑品牌形象第6章 价格策略 1 本章导读 2 教学导入案例 案例6-1 零售王国沃尔玛 3 课堂讨论案例 案例6-2 格兰仕的降价策略 案例6-3 鄂尔多斯如何应对价格大战 4 课外思考案例 案例6-4 百安居低价揭秘第7章 渠道策略第8章 促销策略第9章 营销策略应用

<<市场营销案例新编>>

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>