

<<新营销原理与实务>>

图书基本信息

书名：<<新营销原理与实务>>

13位ISBN编号：9787810883375

10位ISBN编号：7810883372

出版时间：2005-8

出版时间：西南财经大学出版社

作者：龙云安

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>

<<新营销原理与实务>>

内容概要

《新营销原理与实务》的基本特点：

1 原理新。

在传统市场营销理论基础上，充分展示了新环境和新条件下的营销原理，包括4P4C4R和4V理论以及新兴营销理论的介绍，同时突出了新经济、新营销内容，并分别详细介绍了战略营销、全员营销、观念营销、关系营销、整合营销、品牌营销、文化营销、服务营销、深度营销等新营销观念的实质和应用，而且把对新营销人员的素质要求纳入本书，为营销人员指明了方向。

2 重案例。

本书共采用了现实实践中的成功案例近50个，几乎涉及了所有重要营销领域。案例选择力图具有代表性和操作性。

3 结构合理。

“学习目标”、“章节内容”、“主要思想”、“实战训练”的结构形式颇合理，全书简明扼要、概念清晰，让读者充分掌握理论实质和操作技巧，改变了那种传统教育思想下学生一翻书就是记概念、做习题、应付考试的纯教科书模式。

4 紧贴现实。

本书的主要特点是把实务真正落到实处，介绍了现实中的主要营销领域，包括：传统的主要产业；新经济环境下的主要产业等。

另外，本书对新营销模式如会议营销、事件营销、新闻营销、跨文化营销等进行了全面的介绍，真正实现实践中的实务，实现思想性、针对性、操作性的有机结合。

本书力图与公司化模拟教学相适应。

<<新营销原理与实务>>

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>