

<<行銷管理-策略.個案與應用>>

图书基本信息

书名：<<行銷管理-策略.個案與應用>>

13位ISBN编号：9789578187412

10位ISBN编号：9578187416

出版时间：2005年06月15日

出版时间：揚智文化

作者：范惟翔

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>

<<行銷管理-策略.個案與應用>>

內容概要

本書內容主要分成五大部分，依序為新世紀行銷、購買行為與市場區隔、行銷組合策略、行銷執行及國際市場與企業。

因此，讀者可藉由閱讀本書瞭解行銷管理的意涵，每一章開頭有一個「個案」，為每一章之主題內容做開場白，引發讀者對各主題的興趣。

並提出學習目標，另安排專欄穿插於內文中，使初學者得以輕鬆的方式，從不同的角度瞭解行銷管理的真諦。

以及在章節最後附有問題與討論，使讀者可以前後呼應，為該章之主題內容做一個總結之討論與練習。

本書作者以其多年的實務與教學經驗，採循序漸進的寫作方式，輕鬆引領讀者進行行銷管理的專業養成。

各章內容觀念新穎、層次分明、文字簡潔活潑、內容豐富、立論精闢，極具可讀性。

<<行銷管理-策略.個案與應用>>

作者簡介

范惟翔

學歷 / 國立中正大學企管研究所博士

經歷 / 中油公司創業育成中心專案經理、吳鳳技術學院國際企業管理系副教授兼主任、美國南加州大學Marshall School邀請學術研究

現任 / 南華大學企管系暨管理科學研究所副教授、全國商總兩岸經貿事務研究委員

著作 / 行銷管理：策略、個案與應用

<<行銷管理-策略.個案與應用>>

書籍目錄

序

第一篇 新世紀行銷

Chapter 1 建立全方位的行銷心靈

1.1 行銷起源與意義

1.2 行銷的演進

1.3 行銷組合

1.4 巨行銷

1.5 網際網路行銷

Chapter 2 策略分析與層級

2.1 緒論

2.2 策略規劃的過程

2.3 策略選擇技術分析

2.4 策略層級

2.5 策略配合管理

第二篇 購買行為與市場區隔

Chapter 3 消費者購買行為與決策

3.1 消費者行為之基本觀念

3.2 影響消費者購買行為的因素

3.3 購買決策過程

3.4 如何掌握消費者的需求

Chapter 4 市場區隔與運用

4.1 市場區隔

4.2 有效市場區隔的條件

4.3 區隔與市場評估

4.4 市場區隔方式

4.5 市場區隔與消費者

Chapter 5 目標市場與定位

5.1 從區隔到目標市場

5.2 目標市場的調整

5.3 區隔、目標市場、定位之整合

第三篇 行銷組合策略

Chapter 6 產品管理與創新

6.1 產品釋義 何謂產品

6.2 產品的層次

6.3 產品的核心價值

6.4 產品的延伸

6.5 產品線與產品組合

6.6 產品生命週期及行銷策略

6.7 新產品的發展

6.8 創意行銷

6.9 創新產品與企業成長

Chapter 7 品牌的建立與發展

7.1 品牌源起

7.2 品牌行銷

7.3 品牌的價值

<<行銷管理-策略.個案與應用>>

7.4 品牌經營策略

Chapter 8 服務行銷

8.1 服務的概念

8.2 服務品質

8.3 顧客關係與體驗行銷

Chapter 9 價格策略

9.1 價格的基本面

9.2 定價考慮因素

9.3 定價戰術

9.4 定價策略

Chapter 10 通路經營

10.1 通路的機能

10.2 通路與行銷

10.3 無店鋪銷售與直銷

10.4 通路衝擊與變化

Chapter 11 廣告、促銷、公共關係與直效行銷

11.1 推廣策略與行銷

11.2 廣告

11.3 促銷

11.4 公共關係

11.5 直效行銷

Chapter 12 人員銷售管理

12.1 銷售模式

12.2 銷售業務管理

12.3 銷售活動分析

12.4 非口語溝通與銷售

12.5 策略銷售分析

12.6 銷售與顧客

第四篇 行銷執行

Chapter 13 行銷與市場競爭

13.1 緒論

13.2 市場競爭策略

13.3 市場策略

13.4 競爭策略 策略聯盟

Chapter 14 創造優勢行銷

14.1 創造企業優勢

14.2 行銷規劃破框框

14.3 數位行銷

14.4 顧客導向創優勢

14.5 平衡計分卡

第五篇 國際市場與企業

Chapter 15 企業國際化與台商實證

15.1 國際化概論

15.2 國際化的過程

15.3 國際化理論之台灣實證

15.4 台商海外經營與策略規劃

15.5 台商中小企業海外經營

<<行銷管理-策略.個案與應用>>

Chapter 16 國際市場策略與台商實證

16.1 國際行銷與國際經營策略

16.2 國際市場之進入策略

16.3 海外直接投資方式

16.4 國際市場策略理論

16.5 台商西進中國

16.6 中國大陸市場策略關鍵成功因素

參考文獻

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>