

图书基本信息

书名：<<哈佛主管系列（一）行銷踩地雷，怎麼辦？>>

13位ISBN编号：9789867561534

10位ISBN编号：9867561538

出版时间：20041220

出版时间：天下雜誌

作者：茱莉亞·柯比洪懿妍譯

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>

內容概要

前瞻潮流、實務寶典——哈佛商業評論

哈佛大學校齡超過三百年，哈佛商學院成立近百年，自1922年出刊的《哈佛商業評論》（Harvard Business Review），網羅頂尖教授、企業主管、諮詢顧問、各行各業專家及專業編輯團隊，打造出這本管理期刊的金字招牌。

《哈佛商業評論》擁有最精英的讀者群（決策領導人與高階主管），引領最先進的商界思潮，深具全球影響力。

該刊最知名的專欄首推「個案研究」（Case Studies），透過虛擬的個案故事，解剖公司或經理人面臨的危機、難題與挑戰，並請不同領域專家提出因應與解決的評論建議，是《哈佛商業評論》最長壽的專欄。

「哈佛主管系列」摘錄《哈佛商業評論》個案研究專欄精華，有如為經理人提供一套訓練工具，讀完這系列就像獲得專家團隊的指導，輕鬆因應棘手的管理處境。

行銷主管的風險真高，愚蠢決策的後果真令人害怕

從個案研究中學習，不用真正以身試險。

《當行銷踩入地雷區時，你怎麼辦？

》一書針對行銷的4P（產品、通路、價格、推廣促銷）面臨的棘手議題挑選了六個個案研究。

在產品（product）方面探討的問題是：企業應不應該針對主要競爭對手進行的某項產品改良進行競爭即使顧客說並不需要。

在通路（place）方面，說的是一家擁有熱門專利授權的企業眼前所呈現的通路機會。

在推廣促銷（promotion）的主題中提出了探討公關危機管理的議題、跨國打造品牌，以及體育活動贊助等。

最後，價格（pricing）的困境個案，談的是企業掙扎於要不要對最有錢的顧客推出某項差異化服務。

閱讀個案，鍛鍊正確的判斷力，讓你成為更優秀的行銷人！

作者簡介

《哈佛商業評論》編輯團隊：

茱莉亞．柯比（Julia Kirby）《哈佛商業評論》資深編輯。

布朗溫．弗瑞爾（Bronwyn Fryer）《哈佛商業評論》資深編輯。

保羅．諾尼斯（Paul F. Nunes）麻州劍橋市Accenture策略變革協會資深研究員。

布來恩．強生（Brian A. Johnson）Accenture合夥人及行銷策略業務主管，在芝加哥工作，同時是西北大學凱洛格管理學院行銷學助理教授。

安南德．芮門（Anand P. Raman）《哈佛商業評論》資深編輯。

多恩．艾可布希（Dawn Iacobucci）西北大學凱洛格管理學院行銷學副教授。

湯瑪斯．魏特（Thomas J. Waite）策略顧問，《忠於核心 或爭取更多？

》（Stick to the Core—or Go for More?, Harvard Business Review, February 2002）一文作者，以及《行銷突破性產品》（Marketing Breakthrough Products, Harvard Business Review, November-December 1999）一文共同作者。

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>