

<<市场营销案例>>

图书基本信息

书名：<<市场营销案例>>

13位ISBN编号：9787111137399

10位ISBN编号：7111137396

出版时间：2004-8

出版时间：机械工业

作者：夏瑛

页数：152

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>>

内容概要

本书是高职高专规划教材《市场营销》一书的配套教材，是根据我国职业技术教学的实际情况，并结合市场经济的特点编写的。

本书叙述简洁、案例新颖独特。

本书共14章，主要包括：绪论、市场营销环境、市场调查与预测、市场营销信息系统、消费者市场与组织者市场、市场细分与目标市场、产品策略、价格策略、分销策略、促销策略、国际市场营销、网络市场营销、市场营销策划、市场营销创新等。

本书可作为高职高专工科类各专业教材，也可作为在职人员的培训教材，以及工商企业管理干部自学用书。

<<市场营销案例>>

书籍目录

前言第1章 绪论 【案例1-1】宝洁公司和一次性尿布 【案例1-2】小天鹅集团：经营数学 【案例1-3】三个业务员：寻找市场 第2章 市场营销环境 【案例2-1】联想集团：海外拓展 【案例2-2】巨集团的衰落 【案例2-3】你不想开一家宠物发烧友俱乐部？

第3章 市场调查与预测 【案例3-1】“康师傅”——城功看得见 【案例3-2】新可口或乐：调研失误 【案例3-3】中国未来：十大市场第4章 市场营销信息系统 【案例4-1】日本：中国油田的信息收集 【案例4-2】日本企业：情报触资助第5章 消费者市场与组织者市场 【案例5-1】老店新招全聚德 【案例5-2】追踪亚洲青少年消费时尚 【案例5-3】电动自行车能否大行其道 【案例5-4】这家餐馆卖的是什么？

第6章 市场细分与目标市场 【案例6-1】生日消费市场面临复杂细分 【案例6-2】小灵通大闹天空 【案例6-3】PDA：功能齐全不敌功能专业第7章 产品策略 【案例7-1】家用清洁剂公司新产品的开发与决策 【案例7-2】农夫泉的产品差异化策略 【案例7-3】科龙的品牌抉择 【案例7-4】“小小神童”显风采第8章 价格策略 【案例8-1】格兰仕的降价策略 【案例8-2】海信空调的价格策略 【案例8-3】出其不意的手表定价 【案例8-4】零售王国“沃尔玛”第9章 分销策略 【案例9-1】“馋嘴鸭”连锁衰败之谜 【案例9-2】九阳公司是如何选择经销商的 【案例9-3】墙内开花墙外香 【案例9-4】“金霸王”电池占领重庆电池市场的秘诀 第10章 促销策略 【案例10-1】中美史克从容应对康泰克“PPA事件” 【案例10-2】联想液晶电脑整合营销传播公关 【案例10-3】揭短广告 【案例10-4】两位美国总统身上的公共“点”第11章 国际市场营销 【案例11-1】特色销售，力拓国际空间——特迈斯如何挑站竞争对手 【案例11-2】联合利华政府公关 【案例11-3】宝洁公司的多品牌战略 【案例11-4】今世公司的国际化营销方式第12章 网络市场营销第13章 市场营销策划第14章 市场营销创新参考文献

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>