

<<市场营销学精选案例评析>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学精选案例评析>>

13位ISBN编号：9787212019389

10位ISBN编号：7212019380

出版时间：2002-1

出版时间：安徽人民

作者：李品媛,刘宝宏

页数：335

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>

## <<市场营销学精选案例评析>>

### 内容概要

《市场营销学精选案例评析》是全国通用教材《市场营销学》的配套读物。

与同类书相比具有以下特色： 一个案例与分析的完美结合，克服了与其他同类书只是案例资料的汇编，而没有相应的案例分析的缺憾。

二是案例选编“以中为主，以外为辅”既保持吸收国际经验，又努力做到本土化，克服了洋案例水土不服及读者感知性差的弊端。

三是与教材同步的逻辑框架，改变了目前市场营销案例过于综合性，而就某一具体内容针对性不足的现状。

《市场营销学精选案例评析》适用于大学、MBA、MPA的教学参考书，当然也适用于对市场营销感兴趣的各界人士。

## <<市场营销学精选案例评析>>

### 书籍目录

前言第一章 绪论案例1-1 亚马逊名震全球之道案例1-2 微软败在何处？  
第二章 市场营销观念与营销环境案例2-1 本田公司的转变案例2-2 大连市职工消费合作社第三章 市场竞争与市场营销组合案例3-1 西南航空公司的竞争策略案例3-2 宝马汽车公司的营销组合第四章 市场营销管理的战略规划案例4-1 康佳集团的低成本扩张战略案例4-2 麦德龙在中国的竞争战略案例4-3 醉心专业化的科龙第五章 消费者市场与购买行为案例5-1 麦当劳的心理销售案例5-2 湘泉集团的消费者品牌心理塑造第六章 组织机构市场与购买行为案例6-1 通用公司打造全球供应链案例6-2 美国的政府采购管理第七章 市场营销信息系统案例7-1 家乐公司的市场调研案例7-2 恒伟药业信息调研出效益第八章 市场需求测量与预测案例8-1 A调味品公司的市场调查与预测案例8-2 鸡制调味品市场调查的设计与实践第九章 市场细分、目标市场决策和定位.....第十章 产品组合与新产品开发第十一章 品牌、商标与包装策略第十二章 分销渠道管理第十三章 零售与批发第十四章 定价策略第十五章 促销策略第十六章 国际市场营销

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>