

<<中国商务营销概论>>

图书基本信息

书名：<<中国商务营销概论>>

13位ISBN编号：9787301183052

10位ISBN编号：7301183054

出版时间：2011-1

出版时间：北京大学出版社

作者：蓝庆新

页数：338

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>

<<中国商务营销概论>>

内容概要

本书从市场营销观念分析入手，结合中国传统文化和中国市场的特点，对中国商务营销战略进行总体分析；提出中国式营销的理念、方法和成功之道，并与国外商务营销进行了比较，以凸显中国商务营销的特点，为读者提供在中国市场开展商务营销活动的参考。

本书中的案例全部采用中国市场上的营销案例，更具实用性和本土化气息。

本书适合财经类高校商贸专业本专科学生使用，也可作为其他专业学生的商贸通识教材或普及读物，还适用于海内外人士的高级商务研修。

本书在编写过程中充分考虑了来华留学生商贸学习的需求。

既适合作为留学生专业课教材使用，也有助于来华经商、工作的外籍人士了解中国的经济状况。

<<中国商务营销概论>>

书籍目录

第一章 21世纪营销理论的发展, 第一节营销的内涵 第二节市场营销理念 第三节21世纪商务营销理论新发展第二章 中国本土化商务营销理论 第一节 商务营销理论在中国的发展 第二节 中国传统文化在商务营销中的应用 第三节 中国传统智慧在商务营销中的应用第三章 中国商务营销中的战略制订 第一节 商务营销战略的内涵 第二节 商务营销战略的运作机制 第三节 营销战略制订的前提——营销调研第四章 中国商务营销中的市场细分策略 第一节 市场细分与目标市场的选择策略 第二节 中国市场细分的基础因素与分析方法 第三节 欧莱雅集团进军中国的市场细分策略第五章 中国商务营销中的竞争策略 第一节 市场进攻策略 第二节 市场防御策略 第三节 市场进入策略第六章 中国商务营销中的产品策略第七章 中国商务营销中的品牌策略与包装策略第八章 中国商务营销中的定价策略第九章 中国商务营销中的渠道策略第十章 中国商务营销中的广告策略第十一章 中国营销中的公关营销策略第十二章 中国式营销之道与中外商务营销比较部分练习参考答案主要参考文献

<<中国商务营销概论>>

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>