

<<市场营销案例和概念>>

图书基本信息

书名：<<市场营销案例和概念>>

13位ISBN编号：9787302079217

10位ISBN编号：7302079218

出版时间：2004-4

出版时间：清华大学出版社

作者：迪宾

页数：243

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>

<<市场营销案例和概念>>

内容概要

本书包括一些小案例，可用于自由案例讨论，本书还包括大量的完整的教学案例，适合在商学院的研讨环境中使用。

这些案例还可以与相关的理论参考共同使用，以使学生对市场营销的运作和该学科的核心概念获得全面深入的了解。

这套理论参考涵盖了营销分析、营销战略和营销管理的基本概念。

本书采用一系列的案例学习和理论参考来说明营销学理论的重要概念。

通过考察营销学在实际生活中如何发挥作用，读者可以深入了解营销实践人员在每天的生活中所面对的问题和疑问。

本书是一本操作性和可读性都很强的书籍，既可供攻读营销学文凭、本科学位和MBA的学生进行小组讨论时使用，也可以作为企业界相关人士的参考读物。

这本《市场营销案例和概念》包括一些小案例，目的是为了帮助进行自由案例讨论或市场营销课程考试，同时，这本书里还有大量完整的教学案例，适合在商学院的研讨环境中使用。

这些案例还可以与相关的理论参考共同使用，以使学生对市场营销的运作和该学科的核心概念获得细致的了解。

这套理论参考涵盖了营销分析、营销战略和营销管理的基本概念。

这些案例可以为那些营销学本科和MBA的学生进行小组讨论的使用。

每个案例都有一套问题。

在与核心营销概念的理论参考结合使用时，这些案例也可以使本书成为自学或备试的有效读物。

自学：案例；理论参考；解释；更多的参考读物；多样化的形式：小案例和完整案例相结合；选择焦点集中的案例或多个主题的案例。

营销的多种情景：消费品、服务产品、工业品的企业对企业的产品 and 市场。

国际覆盖：亚太、法国、爱尔兰、荷兰、北美、挪威、南美和土耳其。

案例主题的多样性：营销分析、营销战略与营销管理；理论问题；成功与失败；实践知识。

完备的资源：案例、读物、理论、参考文献、词汇表、解决案例和演讲的指导。

<<市场营销案例和概念>>

作者简介

Sall Dibb和Lyndon Simkin自从20世纪80年代中期以来就一直在英国一流大学的管理中心——Warwick商学院教授本科生、MBA学生和EMBA学生的营销学、高级战略营销学、购买行业、营销沟通和营销研究等课程的教学。

Sally和Lyndon的研究兴趣主要集中在服务中营销、市场细分、营销计划、零售模型、营销沟通和教学方法，他们在英国和美国的学术刊物上发表了大量的学术文章。

其咨询活动主要是为很多英国和北美的蓝筹企业解决营销计划和目标市场战略方面的问题，婚后，Sally和Lyndon与他们的四个孩子定居在Kenilworth。

除了共同撰写这本《市场营销：案例与概念》之外，他们还与美国的营销学同行Bill Pride和OC Ferrell合作撰写过畅销书Marketing：Concepts and Strategies，以及面向实务人员的The Market Segmentation Workbook和The Marketing Planning Workbook，目的是帮助营销经理人员重新评估其目标市场和了解营销计划的复杂性。

这些工具都是根据他们对Anderson

<<市场营销案例和概念>>

书籍目录

作者简介前言简介第1部分如何进行案例研究分析案例研究分析第2部分 供讨论用的小案例小案例之一：
 伦理营销——转基因食品：超级市场与监管者小案例之二：营销环境——F1方程式赛车和烟草小案
 例之三：非企业营销——对NSPCC进行营销小案例之四：营销组合——私人健康护理小案例之五：新
 产品开发——有味织物小案例之六：促销——令人惊讶的广告小案例之七：直接营销——因特网上
 的Boxman小案例之八：对经营方式进行营销——麦当劳的控制第3部分 完整案例完整案例之一：Aer
 Lingus——超越面值完整案例之二：JCB反铲式装载机——进入国际字典完整案例之三：LEGO——构
 建未来完整案例之四：处于雏形期的电动车——研究目标市场的态度完整案例之五：Stepcan——通过
 包装实现的差别优势完整案例之六：柯达挪威——搜集信息完整案例之七：汽油零售业——超级市场
 巨人取代了石油公司完整案例之八：Waterford Crystal——瞄准年轻人完整案例之九：TGI Friday's—
 竞争中的主题餐馆业完整案例之十：Royal Ahold——具有社会责任感的全球扩张完整案例之十一
 ：Heineken——全球性扩张，地方性品牌完整案例之十二：“游戏车间”——发生在托儿所的战斗完整
 案例之十三：发生在土耳其的冰激凌大战完整案例之十四：在预算上安睡——经济型饭店领导潮流
 完整案例之十五：ABN AMRO——全球的优势，区域的需要完整案例之十六：切斯特动物园——营销
 和保护相结合完整案例之十七：家乐福——全球超级市场第4部分 理论参考理论参考之一：营销是什
 么？
 理论参考之二：营销环境和竞争理论参考之三：购买行为理论参考之四：营销研究理论参考之五：预
 测理论参考之六：市场细分理论参考之七：竞争战略理论参考之八：营销组合：产品和产品管理理论
 参考之九：营销组合：地点——分销和营销渠道理论参考之十：营销组合：定价理论参考之十一：营
 销组合：促销理论参考之十二：直接营销和因特网理论参考之十三：服务业营销理论参考之十四：企
 业之间的工业品营销理论参考之十五：营销计划理论参考之十六：国际营销理论参考之十七：营销中
 的伦理和社会责任第5部分 重要词汇表第6部分 推荐阅读材料

<<市场营销案例和概念>>

媒体关注与评论

1994年，这本《市场营销：案例和概念》的第1版作为创新性图书开始出版发行。在那本书中，大多数出版的案例都是讨论一些匿名的小器具生产商，或是刻意隐瞒了品牌名称。现在，我们决定写一些真实的品牌、实际的公司和市场，而且这些品牌、公司和市场与本科商业学位或MBA的学生有关。

我们Warwick商学院的MBA学生，特别是那些通过远程教育或在职学习的学生，经常希望得到有关重要的营销概念的简洁的复习用概念。

作为有经验的营销学教师和销量最好的营销学教材之一——《市场营销学：概念与战略》的作者，我们有能力写出这样的概念。

这本书是经过精心策划的——包括理论参考小结的一些实际生活中的案例，以及对如何解决案例问题的指导性意见，同时把理论参考、更多的阅读材料和重要营销词汇的理解作为解决案例的辅助手段。

这本书采用一系列的案例学习和理论参考来说明营销学理论的重要概念。

通过考察营销学在实际生活中如何发挥作用，读者可以深入了解营销实践人员在每天的生活中所面对的问题和疑问。

这本书的结构有助于开发学生对于营销学的理解，特别是在大量的讨论和考试中。

这些案例已经被亚太、北美、非洲和整个欧洲的指导教师们广泛使用。

很多知名企业的营销人员都为这些案例提出了各种各样的营销问题，以供想取得注册营销学会（Chartered Institute of Marketing）文凭或商学院学位的学生，以及参加公司内部培训项目的营销实践者使用。

这促使我们进一步修订这本书的内容。

这本书的新版已经经过全面修改。

每个理论参考都有最新的概念，以及对其他更多的阅读材料的建议。

新版加入了额外的理论参考来阐述直接营销和营销中的伦理决策，同时还包括关系营销、因特网、绿色环保问题和竞争战略。

本书中有一些案例是从第1版中沿用下来的。

只有一个有关传统包装的案例Stepcan完全未加改动。

其他的案例都有一些修改、更新和重新组织。

新案例包括Aer Lingus追求竞争优势的动机、Lego的品牌扩展、CityBee电动车、汽油加油站零售业的困境、荷兰零售商Royal Ahold的社会责任感、生产战争游戏和玩具的Game Workshop的迅速崛起、土耳其冰激凌之战、经济型饭店的品牌战略和家乐福的全球利益。

更新的案例包括JCB的挖掘机、Kodak Norge的胶卷产品、Waterford水晶、TGI Friday's的美国风味餐饮、Heineken的创新性扩张、ABN AMRO的全球银行业务和Chester Zoo所面对的激烈竞争。

除了这些新的完整案例之外，第二部分还给出了一些主题集中的小案例，以供讨论或考试复习使用。这些小案例包括转基因食品的伦理问题、F1方程式赛车努力争取烟草赞助、NSPCC使用营销战役、健康保险商BUPA、创新性“气味”织物的开发、令人惊讶的广告、Boxman的因特网零售和McDonald's的经营控制。

正像在本书第1版中那样，每个案例的重要主题都在“介绍”一节中加以清晰的阐述，而为了方便读者，每个案例也都非常细致地对最相关的理论参考加以交叉引用。

<<市场营销案例和概念>>

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>