

<<促销基础>>

图书基本信息

书名：<<促销基础>>

13位ISBN编号：9787302153061

10位ISBN编号：730215306X

出版时间：2007-8

出版时间：清华大学出版社

作者：卢泰宏等

页数：234

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>

<<促销基础>>

内容概要

《促销基础》是营销管理高等教育的实用专业教材，面向MBA和营销专业师生，并兼顾专业教育和企业实战需要。

全书为营销中最广泛使用的促销工具提供了系统先进的学习框架。

基于消费者导向的促销是本书新的理论高度，提出了“价值网促销”等新的专业概念，并以《促销基础案例》一书配套使用。

本书是第3版，在定位、体例和内容上都进行了较大的调整改进。

其第1版(1997年)和第2版(2003年)曾获广泛好评，一再重印。

首版的贡献是为促销建构了一个较好的体系，实用导向并结合实例；第2版加入了促销心理和促销伦理的内容，开始强调关注促销的对象—消费者。

<<促销基础>>

作者简介

卢泰宏，中山大学国际营销学教授、博士生导师，中国营销研究中心(CMC)主任。

荣获中国首位

菲利普·科特勒国际营销理论贡献奖、国家教委首届人文社科优秀著作一等奖等多项学术奖励。

主要研究领域：消费者行为与品牌管理。

著有《消费者行为学》(中国版)、《解读中国营销》、《

<<促销基础>>

书籍目录

第3版序言第1版序言第2版序言导言第1篇 SP基础 第1章 市场中的实效促销 1.1 SP趋势 1.2 SP分类
1.3 SP价值 1.4 SP与广告 附1-1 国际SP大奖 附1-2 SP用品的3R策略 思考题 第2章 基于顾客行为的SP
2.1 SP的顾客心理 2.2 基于顾客SP心理的市场细分 2.3 基于顾客行为导向的SP策略特征 思考题第2
篇 SP工具 第3章 免费SP策略 3.1 赠品SP 3.2 免费样品 3.3 赠品印花 思考题 第4章 优惠SP策略 4.1
折价券 4.2 折扣优惠 4.3 自助获赠 4.4 退款优惠 4.5 合作广告 思考题 第5章 竞赛SP策略 5.1 消费
者竞赛与抽奖促销 5.2 经销商销售竞赛 5.3 销售人员的销售竞赛 思考题 第6章 网上SP策略 6.1 网
上SP的含义 6.2 消费者导向的网上SP策略 6.3 交易导向的网上SP策略 思考题 第7章 组合SP策略 7.1
财务激励第3篇 SP实施 第8章 制造商如何运用SP策略 第9章 通路如何运用SP策略 第10章 服务
业如何运用SP策略 第11章 耐用品的SP策略第4篇 SP策划 第12章 SP策划基础 第13章 SP策划实务第5篇
SP评估 第14章 SP绩效评估与控制 第15章 SP伦理

<<促销基础>>

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>