

<<最新市场营销精要词典>>

图书基本信息

书名：<<最新市场营销精要词典>>

13位ISBN编号：9787501756124

10位ISBN编号：7501756120

出版时间：2003-01

出版时间：中国经济出版社

作者：宝利嘉

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>

<<最新市场营销精要词典>>

内容概要

对于一个想在较短时间里全面掌握管理领导的人而言，教科书或其他专业管理图书可能都不是最好的选择。

宝利嘉公司在经过多年探索和积累丰富经验的基础上，开发了一套快捷学习和快速成长的策略方法，即通过提炼各个管理领域的完整框架和关键概念术语，帮助读者迅速有效地掌握该领域的知识精要。

该书独具特色的框架结构既符合经典性、系统性和完整性的原则，也囊括了该领域关键性的概念术语和最新进展，并更适应本土化读者的阅读和理解习惯。

该套词典不仅填补了国内这方面图书的空白，堪称开山之作，而且将对企业经理人、一般管理人员、企业员工、研究人员、大专院校学生等产生直接的巨大帮助。

<<最新市场营销精要词典>>

作者简介

宝利嘉顾问：作为《宝利嘉文库》的编撰者，始终扎根于中国市场，多年来致力于本土化管理类知识产品的研发和运营，具有深厚的顾问及培训经验，同时在经管类图书的出版上也成就斐然。团队在宝利嘉顾问公司首席顾问杨东龙先生的指导和统率下，本着专业化、前瞻性、实用性的原则，正在开创一条中西结合的管理之路。

<<最新市场营销精要词典>>

书籍目录

第一篇导论:理解市场营销

第1章 市场营销概念基础

- 1.认识市场营销
- 2.市场营销中观念导向
- 3.营销方式与策略

第2章 创造客户价值与满意

- 1.让渡客户价值满意
- 2.客户保留能力
- 3.客户盈利能力

第3章 战略营销规划与程序

- 1.战略设计与业务组合
- 2.管理市场营销活动(72)

第二篇分析:营销信息与机会

第4章 营销环境与信息调研

- 1.公司的微观环境
- 2.公司的宏观环境
- 3.信息系统与营销调研

第5章 消费者市场与购买行为

- 1.消费者市场基础
- 2.消费者行为影响因素
- 3.购买者决策过程

第6章 产业市场与购买者行为

- 1.产业市场的特征和行为
- 2.产业市场购买过程

第三篇研究:竞争者与目标市场

第7章 产业与竞争者研究

- 1.产业与市场竞争观念
- 2.辨识公司竞争者
- 3.评估竞争者态势

第8章 市场细分与市场定位

- 1.有效的市场细分
- 2.目标市场的选择与定位

第四篇组合 :产品与定价策略

第9章 产品与服务策略

- 1.产品服务基础概念
- 2.产品与产品线决策
- 3.品牌、包装与标签

第10章 产品生命周期战略

- 1.新产品开发规划
- 2.产品生命周期战略

第11章 设计定价战略与方案

- 1.价格制定与战略因素
- 2.选择定价策略和方法
- 3.价格调整及其变更反应

第五篇组合 :渠道与促销策略

<<最新市场营销精要词典>>

第12章 选择和管理营销渠道

1. 分销规划与营销渠道
2. 渠道设计与渠道管理
3. 渠道动态与渠道行为

第13章 批发、零售与后勤

1. 批发类型与营销决策
2. 零售类型与营销决策
3. 市场后勤及其管理

第14章 促销、广告与公共关系

1. 销售促进与组合
2. 营销沟通与广告决策
3. 公共关系选择与工具

第15章 人员销售与销售管理

1. 人员销售与直接销售
2. 销售队伍的设计与管理

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>