

<<营销管理>>

图书基本信息

书名：<<营销管理>>

13位ISBN编号：9787502141226

10位ISBN编号：7502141227

出版时间：2006-6

出版时间：石油工业出版社

作者：仇向洋,朱志坚

页数：408

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>

<<营销管理>>

内容概要

《管销管理》是从事MBA教学的老师，在多年教学实践的基础上编写而成的。

《管销管理》以营销创新为主线，从营销管理的角度，对营销理论和企业市场营销活动进行了全面、系统、深入的论述。

<<营销管理>>

书籍目录

第1章市场营销理论概述引导案例 小天鹅集团与海尔集团的精细营销理念1.1 市场营销导向观念1.1.1 1.1 市场营销导向观念的确立1.1.2 营销导向观念的四大支柱1.2 完善营销导向的运作体系1.2.1 营销导向运作体系的影响因素1.2.2 营销导向运作体系的构建本章精要案例分析可口可乐进入中国市场及其品牌推广思考题第2章市场竞争战略的选择引导案例 耐克撼动阿迪达斯霸主地位2.1 企业的使命和目标与环境分析2.1.1 企业的使命和目标2.1.2 竞争环境分析2.2 竞争战略的选择2.2.1 一般竞争战略2.2.2 行业演变期的竞争战略本章精要案例分析春兰集团的竞争战略思考题第3章市场分析引导案例 台湾大同集团公司的崛起3.1 市场营销环境3.1.1 市场营销环境概述3.1.2 市场营销宏观环境3.1.3 市场营销微观环境3.2 市场环境SWOT的分析评价3.2.1 机会与威胁3.2.2 优势与劣势3.2.3 SWOT系统分析3.3 营销环境中的道德和社会责任3.3.1 市场营销道德3.3.2 社会责任3.3.3 我国营销道德的建设3.4 消费者购买行为3.4.1 消费者市场及其分类3.4.2 消费者市场需求的特点3.4.3 消费者市场需求变化对企业营销的影响3.4.4 消费者购买动机分析3.4.5 消费者购买行为分析3.4.6 消费者购买活动和购买过程的分析3.5 组织市场购买行为分析3.5.1 组织市场分析3.5.2 生产者市场和购买行为3.5.3 中间商购买行为3.5.4 政府采购者行为本章精要案例分析彭尼公司的衰落与复兴思考题第4章市场调研引导案例柯达公司亟须市场调研4.1 市场调研的基本概念4.1.1 市场调研的定义4.1.2 市场营销调研的特点和要求4.1.3 市场调研的范围4.1.4 市场调研的分类4.2 市场调研程序与设计4.2.1 市场调研的一般程序4.2.2 确定市场调研的必要性4.2.3 界定市场调研的问题4.2.4 建立市场调研的假设4.2.5 市场调研设计与预算4.2.6 现场调查和资料收集4.2.7 分析调研资料,解释信息结果4.2.8 提交市场调研报告4.2.9 市场调查的跟踪研究4.3 市场调研的资料收集4.3.1 二手资料的收集4.3.2 调查法4.3.3 观察法4.3.4 定性研究方法4.3.5 实验方法4.4 市场调研的主要技术4.4.1 问卷设计4.4.2 态度测量技术4.4.3 抽样技术4.4.4 市场营销的调研报告4.5 市场预测简介4.5.1 定性方法4.5.2 定量方法4.5.3 条件预测和仿真技术本章精要案例分析民航客机飞行时的公用通信问题思考题第5章客户关系管理引导案例 德勤咨询公司的客户关系管理5.1 客户关系管理(CRM)的原5.1.1 基本原理5.1.2 CRM与企业营销组织结构的融合5.2 CRM整体框架及其主要功能模块5.2.1 CRM的构架和解决方案5.2.2 CRM系统的主要功能模块5.3 CRM实施的步骤5.3.1 企业成功实施CRM战略的主要步骤5.3.2 系统开发商实施CRM的步骤本章精要案例分析汽车行业是如何实施CRM的--IBM协助上海通用汽车公司实施CRM项目第6章市场细分与目标市场定位战略引导案例椰菜娃娃创造了市场营销史上的“奇迹”6.1 市场细分6.1.1 市场细分的概念6.1.2 市场细分的实践意义6.1.3 消费者市场细分6.1.4 组织市场细分6.1.5 定制营销策略6.2 目标市场策略6.2.1 目标市场的选择与评估6.2.2 目标市场策略与选择6.2.3 选择目标市场的模式6.3 市场定位6.3.1 定位的概念6.3.2 市场定位的必要性6.3.3 市场定位的步骤6.3.4 市场定位的方法6.3.5 定位的工具6.3.6 重新定位本章精要案例分析洽洽瓜子:差异化制胜思考题第7章产品策略第8章价格策略第9章营销渠道策略第10章促销策略第11章电子营销第12章市场营销计划、组织与控制第13章营销发展主要参考文献

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>