

<<战略营销>>

图书基本信息

书名：<<战略营销>>

13位ISBN编号：9787505410824

10位ISBN编号：7505410822

出版时间：2004-11

出版时间：朝华出版社

作者：戴亦一 编

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>

<<战略营销>>

内容概要

《中国营销总监/经理职业培训系列教材》内容丰富，汲取营销界前沿性、创新性的研究成果；观点独特深刻，表达深入浅出。

为了实践与理论相结合，教材中编写了大量的案例和师生互动讨论题。

真正体现了面向市场讲授理论，理论为社会服务，为企业服务，为产践服务。

作者相信，《中国营销总监/经理职业培训系列教材》的出版，对建设有中国特色的市场营销理论，对于中国营销专业化人才培养，提高中国企业市场营销水平将起到重大的推动作用。

<<战略营销>>

书籍目录

序第1章 战略营销概论 第一节 战略和战略营销 第二节 战略营销的划分 第三节 营销战略流程第2章 战略情景分析 第一节 PEST分析 第二节 竞争结构分析 第三节 确定竞争地位第3章 战略的选择 第一节 战略选择的分析模型 第二节 营销战略的选择 案例3-1 雀巢公司怎样维持在亚洲的领先地位 案例3-2 西安利群集团的营销战略第4章 市场细分和目标营销 第一节 市场细分 第二节 目标市场选定 第三节 目标营销和市场定位 案例4-1 澳视多媒体投影机的市场进入战略第5章 产品战略 第一节 产品创意 第二节 产品评价和商业分析 第三节 产品战略开发与市场测试 案例5-1 中国联通CDMA之路第6章 品牌战略 第一节 品牌综述 第二节 品牌定位 第三节 品牌资产 第四节 品牌战略 案例6-1 李宁体育用品有限公司的品牌战略第7章 营销渠道管理 第一节 营销渠道及其作用 案例7-1 渠道的重要性 第二节 营销渠道的结构 第三节 营销渠道的选择与设计 案例7-2 利用中间商 第四节 渠道系统的管理 案例7-3 好的代理商给公司带来运气 案例7-4 艾普森公司的中间商策略第8章 定价战略第9章 促销战略第10章 销售队伍的管理第11章 直复营销和网络营销第12章 营销战略实施与评价编后跋

<<战略营销>>

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>