

<<市场营销实务（第二辑）>>

图书基本信息

书名：<<市场营销实务（第二辑）>>

13位ISBN编号：9787509613818

10位ISBN编号：7509613817

出版时间：2011-8

出版时间：经济管理出版社

作者：迈克·海德

页数：254

译者：陈立平

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>

<<市场营销实务（第二辑）>>

内容概要

迈克·海德的这本《市场营销实务》为“汉译管理学世界名著丛书”中的一本，全书共分十二个单元，主要内容包括：从组织内部及外部收集信息，收集与分析财务及其他数字信息，营销中的联络，实用关系网络技巧，营销活动的计划，营销活动的类型及应用探析等。本书内容新颖，重点突出，能理论联系实际。

<<市场营销实务 (第二辑)>>

书籍目录

第一单元 《市场营销实务》概述

引言

是考试还是连续评估？

一线营销师的角色

营销人员必要技能自查

考试大纲的五大活动要素

试题分析

第二单元 从组织内部及外部收集信息

引言

在组织内部收集信息

使用内联网

收集竞争者的信息

收集潜在供应商的信息

第三单元 汇总和表达信息

引言

选择数据库

表达比较信息并影响决策

管理数据库

利用数据库进行市场细分

第四单元 收集与分析财务及其他数字信息

引言

使用电子表格

基本的统计技术

财务数据的比较

权衡其他因素进行财务决策

第五单元 营销中的联络

引言

营销职位分析

了解企业

营销导向的组织

E-关系——使用电子媒体与客户和供应商沟通

与外部代理机构打交道

与客户打交道

人员销售

与供应链的上下游打交道——供应商和分销渠道

第六单元 实用关系网络技巧

为何人际关系网络如此重要

建立通讯录

建立人际关系网的个人技巧

在工作中推销自己

与新闻媒体打交道

通过人际网络达成个人目标

第七单元 营销活动的计划

计划方法

<<市场营销实务 (第二辑) >>

活动场地的选择

会议或活动的成本及预算

活动评估及选择

满足客户需求

详细计划、预期及现场管理

营销活动效果分析

第八单元 营销活动的类型及应用探析

会议及活动——一个真正的跨国产业

营销活动的范畴

展览会

会面和大型会议

招待国外来宾

新店开业

第九单元 协调促销组合

促销组合介绍

广告

印刷品制作过程的管理

公共关系

销售推广

人员销售和促销次组合

第十单元 协调营销组合

营销组合的发展

扩展营销组合

营销组合的协调

第十一单元 预算基础

营销预算的范围

营销预算分析

营销预算的设定方法

预算谈判

营销的成本行为

边际成本法

成本分配

第十二单元 考试中的计算题

引言

附录一 考试指导

附录二 CIM的论文写作和综合项目报告

附录三 答案及提示

附录四 课程信息和阅读书目

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>