

<<中国式营销>>

图书基本信息

书名：<<中国式营销>>

13位ISBN编号：9787510031380

10位ISBN编号：7510031389

出版时间：2011-3

出版时间：世界图书出版广东有限公司

作者：詹志方 薛金福

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>

<<中国式营销>>

内容概要

《中国式营销》的特点及创新之处有：1.理论性强，从象思维出发，将西方市场营销理论与中国企业营销实践相结合，构建了具有本土特色的营销理论体系。

2.实践性强，在每个理论后面都配有案例，通过案例来阐释营销理论，这能很好地启示企业发展营销的实践工作。

3.内容丰富，结构体系完整。

4.突出学术性的思维以及案例的操作性。

<<中国式营销>>

作者简介

詹志方

中国实战派营销学者、副教授、金海湾咨询研究员、中国教学案例网研究员、武汉大学管理学博士、香港城市大学市场营销系博士后

先后任职于湖南省省政府综合调研室、中南大学、老百姓大药房、海南航空，从事政策研究、商学教育、市场推广、营销策划和战略规划等工作；在各地作过《营销之刀》、《战略宝剑》、《创新营销》、《经营之道》、《策划之器》、《商业模式》和《公共经济学》等数百场；服务客户包括：长沙市国家公务员培训中心、海南军区MPA培训中心、广州军区MPA培训中心、江西省经贸委、江西格力销售公司等组织；曾经主持省部级课题多项，在《经济管理》、《财政研究》等杂志上发表学术论文十余篇。

薛金福

他是国内罕见的年轻的实战派企业研究者！

他以企业问题为出发点，以企业实践为基础，以解决问题为目的，专注于商业模式、中国式营销、互联网商业模式和企业战略的实战性研究。

<<中国式营销>>

书籍目录

- 前言：中国式营销是如何炼成的
- 为什么研究中国式营销
- 中国式营销真的存在吗
- 中国式营销是如何炼成的
- 总篇中国式营销的框架
- 第一章中国式营销的思维——三层两向一中
- 第二章中国式营销的思维源泉——象思维
- 第三章中国式营销的核心——营销之刀
- 第一篇中国式营销之道
- 第四章中国式营销之道德
- 第一节中国式营销有关的几种价值观
- 第二节中国式价值观营销
- 第三节中国式营销的商道
- 第五章中国式营销之道理
- 第一节中国式营销的本质和规律
- 第二节中国式营销之情理法
- 第三节 中国式心理营销
- 第六章中国式营销之道路
- 第一节中国式营销的“高速公路”——商业模式
- 第二节中国式营销之“新路基”——价值网
- 第三节中国式营销之“康庄大道”——基于价值网的新商业模式
- 第二篇中国式营销之法
- 第七章中国式营销之法则
- 第一节中国式营销“磨刀”之工
- 第二节中国式营销“磨刀”之法
- 第三节中国式营销“磨刀”之战
- 第八章中国式营销之法度
- 第一节 中国式营销之“求之于势，不责于人”
- 第二节 中国式营销之“效法天下”
- 第三节 连锁经营管理
- 第九章中国式营销之法宝
- 第一节中国式营销之“刀法”
- 第二节中国式营销之“尺度”
- 第三节中国式营销之“定海神针”
- 第三篇中国式营销之术
- 第十章中国式营销之组合术
- 第一节中国式营销“六质”组合术
- 第二节品牌与中国式营销“六质”
- 第三节中国式营销之生活方式营销
- 第十一章中国式营销之战术
- 第一节营销战术之反战术
- 第二节营销战术之并战术
- 第三节营销战术之善战计
- 第十二章中国式营销之沟通术
- 第一节中国企业的沟通问题

<<中国式营销>>

第二节全身运动来沟通

第三节中国式沟通七大要点

<<中国式营销>>

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>