

<<营销教学案例>>

图书基本信息

书名：<<营销教学案例>>

13位ISBN编号：9787514122305

10位ISBN编号：7514122303

出版时间：2012-8

出版时间：经济科学出版社

作者：李飞

页数：351

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>

<<营销教学案例>>

内容概要

《李飞定位研究丛书：营销教学案例》沿用定位地图的理论框架和内容，结合清华大学经济管理学院营销管理课程大纲，编写了38篇教学使用的案例，涉及营销概论、市场细分、目标顾客选择、营销定位、营销组合、产品策略、价格策略、渠道策略、沟通策略、营销实施等方面内容。

书籍目录

第1章 营销管理概论 1.1 一家狗粮公司的营销故事 1.2 营销在企业战略中的位置 1.3 八佰伴为什么失败
第2章 营销定位地图 2.1 京都商学院应该请谁来咨询 2.2 运动鞋的多维定位感知图 第3章 市场细分和目标
顾客选择 3.1 顾客究竟在购买什么 3.2 z银行应该如何细分信用卡的顾客 第4章 营销定位决策 4.1 矿泉壶
大战复盘 4.2 红罐王老吉为什么 4.3 红罐王老吉怎么办 4.4 千年翠钻该如何定位 4.5 沃尔玛如何赢得竞争
优势 4.6 必胜宅急送的定位选择 第5章 营销组合策略 5.1 零售营销应该组合什么要素 5.2 2012年央视春
晚的营销组合 第6章 产品组合策略 6.1 佳洁士儿童牙膏的故事 6.2 欢乐谷的服务组合策略 6.3 芭比娃娃
：一个高档消费者 第7章 价格组合策略 7.1 鄂尔多斯如何应对价格战 7.2 是否应该降低奢侈品关税 7.3
当代商城网店该如何定价 7.4 翠微大厦把店庆做成品牌 第8章 渠道组合策略 8.1 当代商城的多渠道整合
8.2 阳光物流公司的多渠道调整 8.3 如何卖出400套包装设备 8.4 如何成为彩色胶卷市场的霸主 8.5 联想
该不该兑现销售员的奖金 8.6 麦考林的中国多渠道整合之路 8.7 零售业态发展的故事 第9章 沟通组合策
略 9.1 可口可乐雅典奥运沟通策略 9.2 得力该请谁当形象代言人 9.3 是学富亚，还是学立邦漆 9.4 故宫“
门”为何越开越多 第10章 营销定位实施 10.1 动感地带入市的历程 10.2 海底捞是如何成功的 10.3 佰草
集如何进入欧洲市场 10.4 香奈儿品牌的个性化之路 10.5 卡地亚品牌的奢侈化之路 后记

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>