

<<市场营销实训指导>>

图书基本信息

书名：<<市场营销实训指导>>

13位ISBN编号：9787560932590

10位ISBN编号：7560932592

出版时间：2004-9

出版时间：华中理工大

作者：谢守忠

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>

<<市场营销实训指导>>

内容概要

本书是为配合市场营销课程教学而编写的，市场营销作为一门实践性很强的学科，既要求学生营销基本理论和方法有全面的认识，又要求学生能够正确分析、解决营销活动中遇到的具体问题。

本书分为两个部分：第一部分为案例；第二部分为复习训练题。

本书选编了50篇营销实践中具有代表性的案例，这些都是企业经营实践的总结，其中既有企业成功的营销方法和管理经验——值得我们借鉴；也有一些企业因决策或措施失误导致重大损失的事件——值得我们深思。

本书既可作为高职高专学校的教材，又能为市场营销的实践教学提供参考，还可作为管理人员或相关专业人士学习的参考书籍。

<<市场营销实训指导>>

书籍目录

第一章 市场营销概述 案例一 伯瑞尔公司的市场战略 案例二 逆向营销的雅芳公司 第二章 市场营销环境 案例一 忽视市场营销环境的失误 案例二 “银发”商机颠覆营销定律 案例三 傲慢的特朗斯特朗公司 案例四 美国可口可乐公司的锦囊妙计 案例五 忽视市场误入歧途 第三章 市场行为分析 案例一 记忆点创造法——“农夫山泉”品牌成功案例 案例二 耐克梦·耐克传播·耐克神话 案例三 长虹“精显王”背投彩电营销成功之道 案例四 英特尔收复失地 第四章 目标市场营销策略 案例一 发挥专长服务客户 案例二 薄利多销，买方受惠的市场定位 案例三 善作产品定位的拜耳 第五章 市场营销战略 案例一 披荆斩棘，条条大路通罗马 案例二 功败垂成的雅马哈 案例三 追求挑战的百事 案例四 寻找市场空白的“丑小鸭” 第六章 产品策略 案例一 “海尔”品牌优质的象征 案例二 清洁剂与化妆品之王P&G 案例三 持续创新技术，不断更新产品 第七章 价格策略 案例一 康柏电脑的定价策略 案例二 “柯达”如何走进日本 案例三 巧用消费心理 案例四 科龙公司的提价策略 案例五 凯特比勒公司的定价方法 案例六 巧定高价，与众不同 第八章 渠道策略 案例一 雅芳的渠道转型 案例二 渠道的开发与调整 案例三 康师傅：渠道制胜 案例四 格力电器的股份制区域性销售模式 案例五 可口可乐的渠道平衡 第九章 促销策略 案例一 美国P&G公司的广告促销策略 案例二 雪佛莱和奥兹莫比尔的买一送一营销术 案例三 “万宝路”产品形象的塑造 案例四 “中国魔水”——健力宝 第十章 国际市场营销 案例一 品质争议仲裁 案例二 有效发盘能否随意撤销 案例三 利用进料加工行骗案 案例四 大众公司进入中国 案例五 分批装运纠纷 案例六 OEM之痛 第十一章 营销理念 案例一 “美尔雅”美国风波 案例二 美国饭店业的服务营销：如何吸引日本游客 案例三 重视网上顾客服务的Haier 案例四 联想电脑公司网络营销策略 案例五 环保主义对市场营销的影响 案例六 海平面上升的危害 案例七 烟草控制公约的挑战 案例八 构筑绿色屏障打造绿色国际港 习题汇编

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>