

<<学会营销当好经理>>

图书基本信息

书名：<<学会营销当好经理>>

13位ISBN编号：9787801797698

10位ISBN编号：7801797698

出版时间：2009-1

出版时间：中国致公出版社

作者：刘国宁，章银武 编著

页数：272

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>

## <<学会营销当好经理>>

### 前言

《学会营销当好经理》图文结合，特色鲜明，通俗易懂，务实高效，特别适合急需提高管理水平的经理人随时查阅。

管理是经理人的必修课，他们的能力如何，直接关系到企业的生死存亡。

当前，全球经济潮起潮落，起伏不定，不断冲击着既有的经济环境、金融环境与财税制度，从而对经理人提出了严峻的挑战。

为了帮助经理人从容应对职业生涯的风风雨雨，更好地服务于企业及社会，我们特意组织一批经济、行政、营销、财务、税务、物流等方面的学者和专家，深入调研具有代表性的优秀企业，探寻它们的成功管理经验，最终编写出这套如何“当好经理”的丛书，旨在为广大经理人提供切实可行的帮助。

我们通过调研发现，在那些优秀的企业，几乎所有的管理人员都在理论与实践相结合方面下足了工夫，而那些相对差一些的企业，其管理人员要么理论知识扎实，实践经验不足，要么与此相反，不仅自身发展空间有限，企业管理也存在这样那样的问题。

基于此，我们在编写丛书时首先就要求重点关注日常管理问题，将理论和实践两者完美结合，力争让广大经理人掌握务实高效的管理科学体系。

## <<学会营销当好经理>>

### 内容概要

营销是宣传产品的第一窗口。

没有营销，产品就不可能自动仁慈到广大消费者手中。

营销是企业获得成功的关键因素。

优秀的营销经理是具有预测未来一段时间内市场供需走向的能力。

维护好客户关系，可以提高客户的忠诚度，帮助企业赢得更多的利润。

树立良好的品牌意识，可以为企业带来意想不到收获，而这当中离不开营销人员的艰辛努力。

## <<学会营销当好经理>>

### 书籍目录

第一章 营销管理基本知识 第一节 市场营销概述 一、市场营销的作用 二、市场营销工作流程 三、市场营销管理 四、实施市场营销的工作流程 五、市场营销控制 第二节 市场营销岗位工作职责 一、市场部经理 二、市场助理 三、客户开发主管 四、市场调研主管 五、促销主管 六、广告企划主管 七、客户代表 八、公关主管 第二章 营销组织与营销计划 第一节 市场营销组织架构 一、市场营销部门的组织结构 二、市场营销组织设计的原则和思路 三、组织结构设计的工作流程 四、市场营销部门的组织形式 第二节 市场营销人员的素质 一、营销经理的基本条件 二、市场营销职务分配表 三、员工违纪过失单 四、营销人员外出活动表 五、优秀营销人员应具备的素质 六、营销人员应具有的性格特征 七、营销部门业务人员等级标准 第三节 销售人员的管理 一、销售管理的原则 二、目标管理的基本过程 三、销售日常管理 四、营销队伍的薪酬制度 五、销售人员的招聘渠道 六、如何培训销售人员 七、培训销售人员的工作流程 八、确定销售队伍规模的方法 第四节 市场营销计划 一、市场营销计划的内容 二、营销部门工作计划审批书 三、销售计划审批书 四、编制营销计划的原则 五、下周工作计划表 六、本周工作总结表 七、月工作计划表 八、本月工作总结表 九、市场营销预算的制定 十、如何执行市场营销计划 ..... 第三章 营销调研与市场预测 第四章 营销目标管理 第五章 营销通路建设 第六章 客户关系管理 第七章 产品策略 第八章 价格策略 第九章 促销策略 第十章 品牌与包装策略 第十一章 合同管理

## <<学会营销当好经理>>

### 章节摘录

第一章 营销管理基本知识 第一节 市场营销概述 一、市场营销的作用 所谓市场营销，是指企业在不断变化的营销环境中，通过变潜在交换为现实交换，围绕企业任务与企业目标所进行的与市场有关的一系列管理活动和业务活动。

企业的整个市场营销活动过程，包括三个相互联结的阶段，即在产品生产过程开始之前进行的产前活动、在流通领域内进行的活动，以及在流通过程结束后进行的售后活动。

一般来说，市场营销具有以下几个方面的作用：（一）帮助企业实现经营目的 市场营销虽然不是企业成功的唯一因素，但却是其中最关键的因素。

市场营销是企业的基础，不能把它看作是单独的职能。

从营销的最终成果也即从顾客的观点来看，市场营销就是整个企业经营的外在表现。

企业经营的成功不是取决于生产者，而是取决于顾客。

从微观角度看，市场营销是联结社会需求与企业反应的中间环节，是企业把消费者需求和市场机会结合起来的最有效方法，也是企业战胜竞争者、谋求发展的重要方法。

（二）促进社会经济健康发展 生产是根本，它决定着交换、分配、消费几个环节。

没有生产就没有可供交换的产品，市场营销人员只能销售那些由其他生产厂商生产出来的产品。

在市场经济社会中，生产出来的产品如果不通过交换，没有市场营销行为，就不可能自动传递到广大消费者手中。

从宏观角度看，市场营销对于适时、适地、以适当价格把产品从生产者传递到消费者手中，求得生产与消费在时间、地区上的平衡，从而促进社会总供需的平衡，起着重大作用。

.....

<<学会营销当好经理>>

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>