

<<营销管理>>

图书基本信息

书名：<<营销管理>>

13位ISBN编号：9787802075924

10位ISBN编号：7802075920

出版时间：2006-8

出版时间：经济管理

作者：（美）劳登 等著，陈滋勇 等译

页数：313

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>

<<营销管理>>

内容概要

《营销管理：教材与案例》最初是为大学水平的营销专业的学生所设计的，对于希望使自己营销部门的效率最大化的企业主、管理人员和企业家来说，同样是一部通俗易懂的著作。

本书通过演示性的表格、图未和案例研究，整合了能够理解的概念和技术。

在营销管理方面的三位引领潮流的专家，教导你如何高效率并且高效益地营销任何经营业务。

《营销管理：教材与案例》涵盖了营销学的基本管理元素，包括新千年营销概览——基本概念、全球营销和电子营销；客户分析——市场细分、市场定位和市场预测；竞争力分析——竞争类型、情报和营销审计；财务分析——评价营销决策的收入、成本、盈利和风险；营销计划——战略计划和经营透视；营销活动的评价和控制——销售、成本和利润。

<<营销管理>>

作者简介

作者：(美)戴维·劳登(美)罗伯特·史蒂文斯(美)布鲁斯·雷恩 译者：陈兹勇 骆珊戴维·劳登博士，是位于门罗的路易斯安那大学商业管理学院管理与营销系主任，营销课程教授。

曾任教于路易斯安那州立大学、罗得岛大学、香港树仁学院，还参与了墨西哥蒙特里的北美行政项目。

他曾教授过多门课程，但以讲授营销管理和消费者行为为主。

劳登博士与人合著了12本书，并在美国、欧洲、亚洲和拉美就消费者行为、国际营销、服务营销和营销管理等专题进行了合作研究。

他已撰写了超过100篇的论文、文章、商业案例等，他的研究成果在多家杂志和大量专题会议上发表。他是《营销调查：教材与案例》一书的合作者，他也是霍沃思出版公司出版的“最佳商务丛书”的主编之一，并且是《服务营销季刊》的编辑之一。

<<营销管理>>

书籍目录

案例提供者前言第一章 营销管理流程 什么是营销 营销概念 新千年的营销管理 有效的营销管理流程 营销决策的环境 营销决策的全球化导向 营销决策的伦理化导向 电子商务与营销原则 小结第二章 客户分析 市场细分简介 市场细分方法 以研究为基础的细分 已有的细分系统 管理判断 细分市场的潜力预测 小结第三章 竞争力分析 竞争力分析的目的 理解竞争的重要性 竞争的特质 产业分析 竞争者分析 竞争的营销审计 竞争战略和资源 公司竞争优势的开拓 市场定位的战略 收集竞争者的情报 以消费者还是以竞争者为导向 小结第四章 营销决策的财务分析 财务评价 收入分析 成本分析 盈利分析 风险分析方法 模拟模型 非盈利成本分析 小结第五章 营销计划：战略观点 为什么需要战略管理 战略管理流程 计划水平 现有战略业务单元的战略 公司计划与营销计划 全球性组织中的战略规划 小结第六章 营销计划：运营观点 运营营销计划格式 准备计划与预算 目标营销与营销战略制定 产品定位 小结第七章 执行营销计划 内部营销执行问题 执行技巧 在组织范围内整合社会营销导向 全面质量管理 执行的组织化 从战略到战术的转化 小结第八章 营销行为的评价与控制 整合计划与控制 信息流的时间控制 绩效评价与控制 营销审计 小结 案例一 沃特克里斯公园案例二 高级电子承包商：居民服务部案例三 科罗拉多的盖特威医疗垃圾运输案例四 内申察尔地基公司案例五 米尔德里德的小盒子案例六 杰伊旅行房车停车场案例七 博克斯制造公司案例八 中部银行：自动取款机案例九 细胞技术公司案例十 大学生联谊会协会案例十一 吉尔的蛋糕屋案例十二 糖霜麦片案例十三 斯潘塞的超市案例十四 雷克伍德剧团案例十五 BCH电信公司主释

编辑推荐

《营销管理——教材与案例》就当前的营销决策方法进行了全面的论述。注重数量决策支持是本教材的最大特点。作者为便于学生理解制定决策的原因，既提供了基本的分析工具，又提供了复杂的分析工具。此外，考虑到深度讨论和分析的需要，案例的选择也侧重于数量分析。对于那些在正确的营销决策制定的过程中强调数量支持重要性的营销教师来说，本书提供了再好不过的资料。

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>