

<<企业营销战略>>

图书基本信息

<<企业营销战略>>

内容概要

《企业营销战略:案例、概念与应用》是哈佛商学院MBA教学极其成功的市场营销学教材。作者以严谨的教学态度和新颖的充满活力的结构框架,通过三个基本模型——管理新产品、管理成熟产品和管理多元化产品市场来反映市场的成熟过程,每章都提供了久经考验的经典成功案例。

<<企业营销战略>>

书籍目录

译者前言

序

第一部分 绪论

第1章 企业间营销的范畴与任务

第2章 诺顿集团PLC (A) : 是否留在摩托车行业

.....

第二部分 管理新产品

第5章 新产品的商业化: 一般的误区

第6章 技声工业公司: 蜂鸟 新产品

.....

第三部分 管理成熟产品

第20章 摆脱商品通用化引力

第21章 坎伯兰金属工业公司 (A) : 与百得汽车公司的1978年度供货合同谈判

.....

第四部分 管理多元化产品市场

第36章 管理市场复杂性: 三环马戏

第37章 巴克投影系统: 全球专门化市场营销

.....

索引

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>