

<<市场营销案例评析>>

图书基本信息

书名：<<市场营销案例评析>>

13位ISBN编号：9787811233735

10位ISBN编号：7811233738

出版时间：2008-10

出版时间：清华大学出版社，北京交通大学出版社

作者：胡春

页数：356

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>

<<市场营销案例评析>>

前言

当加里·L·利连和阿温德·朗格斯瓦米的《营销工程与应用》一书问世的时候，营销学大师菲利普·科特勒说：“营销学终于能够展示自己科学的肌肉了，并且开始从基于意见的决策转向基于数据的决策。

”此后，营销学研究的科学性受到重视，营销研究的数据模型工具得到越来越多的应用。

然而，案例研究作为营销学研究的一种基本方法，不仅没有因此退出历史舞台，反而与营销科学研究方法相辅相成，相得益彰，因为营销实践是鲜活的、无常性的、个性化的。

<<市场营销案例评析>>

内容概要

本书是市场营销案例研究的新成果，内容分为两部分：第一部分是教学案例，该部分内容根据市场营销学理论教学的逻辑顺序来安排，与理论教学内容一一对应，为教学服务；第二部分是研究案例，该部分针对市场营销学中的一些关键理论问题，进行案例的深入研究，通过不同企业的对比分析，展示营销理论与实践的密切关联，为读者提供更深层次的思考。

本书特点是案例经典，内容新颖，针对性强；案例涉及行业全面，实用价值大；案例点评分析深入，具有前沿性和启发性。

本书可作本科生营销案例课程教材、市场营销学课程辅助教材，还可作为企业管理研究生和MBA学生的参考读物，也可以作为企业经营管理人员、营销人员培训教材和自学用书。

<<市场营销案例评析>>

书籍目录

第一部分 学案例第1章 市场营销观念1.1 通用电气的全面营销案例点评1.2 国家电网公司的社会责任营销案例点评第2章 营销战略计划2.1 战略转型：IBM大象跳舞案例点评2.2 微软公司愿景的重新设计及其战略实施案例点评2.3 华为公司的国际化战略案例点评第3章 市场营销环境3.1 和黄3G：移动通信3G日寸代案例点评3.2 产品伤害事件：博士伦“隐形”案例点评3.3 电视湘军：新媒体时代的革新者案例点评第4章 市场营销信息系统4.1 信息管理巨头：沃尔玛案例点评4.2 百威的，隋报收集系统案例点评第5章 购买行为5.1 《哈利·波特》热销案例点评5.2 超女：快乐营销案例点评5.3 波音飞机：政府市场营销案例点评第6章 目标市场战略6.1 清扬洗发水的市场细分与定位案例点评6.2 奢侈品营销：LV案例点评6.3 大众市场营销：雕牌案例点评第7章 竞争战略7.1 招商银行创新战略：挑战者的竞争战略案例点评7.2 平安保险公司的“混业帝国”：领先者的竞争战略案例点评7.3 埃森哲业务扩张战略：管理咨询和技术咨询的结合案例点评第8章 产品策略8.1 苹果公司的产品创新案例点评8.2 携程网的服务设计案例点评第9章 品牌策略9.1 世界最有价值的品牌：可口可乐案例点评9.2 海尔的名牌战略案例点评9.3 中华老字号品牌的铸就：同仁堂案例点评第10章 价格策略10.1 海南航空公司的低价策略案例点评10.2 易趣拍卖网的定价策略案例点评10.3 移动通信资费套餐的组合定价策略案例点评第11章 渠道策略11.1 联想公司营销渠道的演进案例点评11.2 戴尔公司直销渠道的设计案例点评11.3 渠道转型楷模：雅芳中国公司案例点评第12章 促销策略12.1 屈臣氏的低价促销案例点评12.2 中国移动“全球通”品牌的联合促销案例点评12.3 百事可乐主题活动促销案例点评第二部分 研究案例第13章 成本领先还是差异化：格兰仕与通用汽车13.1 格兰仕的成本领先战略13.2 通用汽车公司的差异化战略13.3 成本领先和差异化战略的对比分析案例点评第14章 创新还是模仿：谷歌与百度14.1 案例简述14.2 谷歌之路14.3 百度之路14.4 百度与谷歌案例点评第15章 市场拉动还是渠道推动：宝洁与娃哈哈15.1 市场拉动：宝洁公司15.2 渠道推动：娃哈哈15.3 宝洁和娃哈哈营销策略的对比分析案例点评第16章 自主渠道还是社会渠道：中国移动与中国联通16.1 中国移动公司的渠道建设16.2 中国联通公司的渠道建设16.3 中国移动运营商加强渠道建设建议案例点评

<<市场营销案例评析>>

章节摘录

第一部分 教学案例 第1章 市场营销观念 1.1 能用电气的全面营销 1.1.1 通用电气公司概况 1. 公司基本情况 通用电气公司的历史可追溯到托马斯·爱迪生，他于1878年创立了爱迪生电灯公司。

1892年，爱迪生通用电气公司和汤姆森—休斯顿电气公司合并，成立通用电气公司（General Electric Company, GE），公司总部位于美国康涅狄格州费尔菲尔德市。

通用电气公司是世界上最大的多元化的科技、媒体和金融服务公司，产品和服务范围广阔，从飞机发动机、发电设备、水处理和安防技术到医疗成像、商务和消费者融资、媒体及高新材料等，客户遍及全球100多个国家，在26个国家拥有250多个工厂，在全球拥有员工31多万人。

2006年通用电气的营业收入为1 683.07亿美元，在《财富》2007年500强企业排名中居第11位。

通用电气公司由多个多元化的基本业务集团组成，如果单独排名，有13个业务集可名列《财富》杂志500强。

2005年，现任董事长及首席执行官杰夫·伊梅尔特（Jeff Immelt）把原本的业务集团合并为六个新的事业体，即GE Commercial Finance，商务金融服务；GE Infrastructure，基础设施；GE Healthcare，医疗；GE Money，消费者金融；GE Industrial，工业；NBC Universal，NBC环球。

通用电气公司是道·琼斯工业指数1896年设立以来唯一始终在指数榜上的公司。

1896年道·琼斯工业指数设立时，最早上榜的企业有12家，在100多年后的今天，当年最早榜上有名的那12个企业中，仅存的1家公司就是通用电气。

通用电气书写了美国企业史中长期持续成长的传奇故事。

<<市场营销案例评析>>

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>