

<<市场营销案例新编>>

图书基本信息

书名：<<市场营销案例新编>>

13位ISBN编号：9787811238471

10位ISBN编号：7811238470

出版时间：2009-10

出版时间：北京交通大学出版社

作者：王健 主编

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>

## <<市场营销案例新编>>

### 内容概要

本书案例既包含国内外著名公司的营销典范，也记述了知名企业的营销困局。案例内容翔实、生动，素材资料丰富，涉及食品饮料、信息电子、家电、汽车、通信、医疗保健等多个行业。

全书力图从4个方面体现出自身的特色。

**典型性：**选取的案例在该行业具有代表性，基本上能代表行业的发展情况。

**时代性：**所选编案例都是经过精心选择的近期发生的案例，具有时代感并能给人以启迪。

**适用性：**全部案例源于实践，背景真实，资料丰富，编写通俗易懂，便于教、便于学。

**系统性：**以市场营销学的理论体系为主线搜集整理相关案例，以满足教学 and 不同市场主体的需要。

## &lt;&lt;市场营销案例新编&gt;&gt;

## 书籍目录

第1章 市场营销及营销观念 1.1 本章导读 1.2 教学导入案例 育婴专家——贝因美 1.3 课堂讨论案例 福特的经营观念 安踏的营销之路 1.4 课外思考案例 希尔顿的宾至如归 1.5 本章小结

第2章 营销环境分析 2.1 本章导读 2.2 教学导入案例 危机蒙牛 2.3 课堂讨论案例 中国汽车市场到底有多大 “香雪”抗病毒口服液(华东地区)的SWOT分析 2.4 课外思考案例 中国啤酒市场环境下的营销趋势 2.5 本章小结

第3章 消费者行为分析 3.1 本章导读 3.2 教学导入案例 消费人群中的“80后” 3.3 课堂讨论案例 我国老年消费者消费行为的演进 大学生的网络文化消费行为特征 3.4 课外思考案例 城乡居民消费行为分化加剧 3.5 本章小结

第4章 目标市场营销战略 4.1 本章导读 4.2 教学导入案例 王老吉从1亿到120亿 4.3 课堂讨论案例 啤儿茶爽——谁说饮料与时尚遥不可及 云南白药与邦迪的贴身战 4.4 课外思考案例 健胃消食——选江中牌健胃消食片 4.5 本章小结

第5章 产品策略 5.1 本章导读 5.2 教学导入案例 源于体育、用于体育——李宁 5.3 课堂讨论案例 联想的多元化还能走多远 品牌巨人——宝洁 5.4 课外思考案例 可口可乐——不只是为了解渴 5.5 本章小结

第6章 价格策略 6.1 本章导读 6.2 教学导入案例 价格营销——沃尔玛 6.3 课堂讨论案例 动感地带定价策略 茅台的国酒风度 6.4 课外思考案例 中国彩电企业如何突围价格大战……

第7章 渠道策略 第8章 促销策略 第9章 综合案例后记

<<市场营销案例新编>>

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>