

<<营销>>

图书基本信息

书名：<<营销>>

13位ISBN编号：9787302135807

10位ISBN编号：7302135800

出版时间：2006-10

出版时间：清华大学

作者：王茁

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>>

### 内容概要

本书通过对美国企业在市场营销方面的成败故事及其经验教训的生动描述和犀利分析，以及对中国企业在市场营销过程中遇到的重点、疑点和难点问题的深刻洞察和精确把握，一举打破了传统市场营销教科书的刻板、教条、沉闷和乏味，给从事市场营销的不论是初学者还是资深人士，带来了一股清新之风。

本书作者有着多年海内外学习、工作和生活经验，在此基础上厚积薄发，从营销趋势、营销绩效、营销策略、顾客需求把握、市场定位、产品创新、营销渠道、营销传播、新生代营销、精确营销和品牌经营等方面，向读者展示了卓越营销的内在要求和核心规律。所有关心营销及其绩效的企业和个人，都将从本书引人入胜的故事和发人深省的启示中获益。

读者对象：本书的主要读者对象是各行各业的中高级管理人士，市场营销、销售和客户服务等方面的从业人员。

另外，本书可以作为企业管理和市场营销等方面的培训教材和实践参考书，也适合作为高等院校企业管理、市场营销、广告、公关等相关专业的研究生和本科生辅助教材。

## 作者简介

王茁，管理与营销战略专家，美国圣约翰大学MBA。  
上海家化联合股份有限公司担任主管战略规划，市场营销和信息系统的副总经理，市场总监。  
出国前历任上海家化品牌经理及品牌管理部经理，1996年到美国学习，曾任美国IT业界著名的GARTNER公司咨询师和美国MDY高级技术公司市场主管。  
曾为IBM，惠普，康柏和微软等美国企业提供市场营销战略咨询服务。

#### 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>