

<<企业营销管理>>

图书基本信息

书名：<<企业营销管理>>

13位ISBN编号：9787308053860

10位ISBN编号：7308053865

出版时间：2007-6

出版时间：浙江大学出版社

作者：汪长江

页数：249

字数：400000

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>

<<企业营销管理>>

内容概要

本书根据市场营销专业的知识体系、方法技巧等涉及当今营销的最新成果的内容，按市场营销学科体系的要求，以全面系统且通俗易懂的方式进行编写，着重从市场营销专业的角度对所需知识进行梳理，力求做到全面系统、融会贯通且通俗易懂、深入浅出。

书籍目录

第1篇 企业营销总论

1企业营销管理导论

1.1企业营销管理所面临的挑战

1.2企业营销

1.3企业营销观念

1.4企业营销管理

1.5企业营销管理的知识体系

第2篇 企业营销分析

2企业营销环境分析

2.1分析的内容与原则

2.2宏观环境分析

2.3行业环境分析

3企业内部条件分析

3.1企业资源与能力分析

3.2知识资源分析

3.3企业核心能力分析

3.4价值链分析

3.5SWOT分析

4市场分析

4.1营销信息系统

4.2市场调研及其方法

4.3市场预测及其方法

5消费者购买行为分析

5.1个体消费者购买行为分析

5.2组织消费者购买行为分析

第3篇 营销战略规划

6市场选择与定位

6.1市场细分

6.2目标市场选择

6.3目标市场定位

7营销战略设计

7.1战略设计的基本内容

7.2确定使命与目标

7.3建立战略经营单位

7.4资源配置

7.5开发新业务

7.6目标市场战略

第4篇 营销方案计划

8营销组合策略

8.1产品策略

8.2价格策略

8.3分销渠道策略

8.4促销策略

9直接营销

9.1直接营销及其优点

<<企业营销管理>>

9.2顾客数据库与直接营销

9.3直接营销的主要渠道

9.4网络营销

9.5直接营销中的公共道德问题

10客户关系管理

10.1客户关系管理概述

10.2客户关系管理的内容

10.3开展客户关系管理的方法

第5篇 营销执行与控制

11企业营销执行与控制

11.1企业营销组织

11.2营销执行

11.3营销控制

主要参考文献

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>