第一图书网, tushu007.com

<<企业整体营销>>

图书基本信息

书名：<<企业整体营销>>

13位ISBN编号：9787309021714

10位ISBN编号：7309021711

出版时间：1999-03

出版时间：复旦大学出版社

作者：吕巍

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

内容概要

内容简介
本书在回顾现代市场营销理论发展和总结当代企业营销
实践的基础上，将市场营销问题放到一个更高的层面上来研
究，把多年来为人们普遍关注的企业经营理念、管理经营战略
和企业经营技巧加以有机的结合，从而构造了一个全新的理
论架构——企业整体营销。
本书进一步拓展了市场营销理论
的研究视野，为现代企业形成内在统一的精神理念和制定更
为有效的企业经营战略和技巧，提供了现实的指导和启示性
的思路。

企业整体营销是一种系统化的营销。
理念营销是企业整
体营销的灵魂；战略营销是企业整体营销的骨架；技巧营销是
企业整体营销的前锋。
三者在层次上有区别，在表现形式上
各异，但它们都是整体营销系统的子系统，其互相影响、互相
渗透、互相配合、互相补充，共同作用方能构成一幅活生生的
企业营销画卷，系统的综合效果远远大于三者的简单叠加。

本书可作为高等院校开设相关课程的教材，也可供从事
实际工作的人员作为参考。

<<企业整体营销>>

书籍目录

目录
第一章 导论
第一节 世纪之交呼唤新的营销理论
第二节 市场营销实践与理论的演变
第三节 企业整体营销理论的提出
第二章 理念营销：企业整体营销的灵魂
第一节 管理进入文化时代
第二节 企业理念
第三节 理念营销
第三章 战略营销：企业整体营销的骨架
第一节 战略营销的内涵及基本理论
第二节 资源配置：战略营销的中心环节
第三节 企业收益：战略营销绩效的集中体现
第四章 技巧营销：企业整体营销的前锋
第一节 技巧营销的内涵及作用
第二节 技巧营销的发展历程回顾
第三节 技巧营销的创新
第五章 理念营销、战略营销与技巧营销的整合
第一节 整体营销的静态分析
第二节 整体营销的动态整合
第六章 发展中国企业的整体营销
第一节 中国企业市场营销基本历程的回顾
第二节 中国企业市场营销面临的挑战
第三节 发展中国企业的整体营销
参考文献

第一图书网, tushu007.com

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