

<<有效营销管理（第二辑）>>

图书基本信息

书名：<<有效营销管理（第二辑）>>

13位ISBN编号：9787509613696

10位ISBN编号：7509613698

出版时间：2011-8

出版时间：经济管理出版社

作者：迈克·沃森

页数：334

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>

<<有效营销管理（第二辑）>>

内容概要

迈克·沃森的这本《有效营销管理》的编写是严格按照考试要求进行的。每个单元都涵盖了考试大纲的一个关键部分，内容包括：管理、沟通、文化与管理、提高管理绩效、组建团队的工具、团队构建的技术和工具、客户关系等十个单元。

每个单元都包括以下一些内容：学习目标、学习指南、问题、答案、总结、考试建议、学习技巧、见识、定义、概要。

<<有效营销管理（第二辑）>>

书籍目录

第一单元 管理

管理的本质

互利交换

决策

管理要素

知识就是力量

知识链

知识管理

知识系统

知识管理中人的因素

知识的更新

人力资源管理

管理还是领导

管理者需要具备什么条件

第二单元 沟通

有效沟通——一个重要的技能

经理——沟通的中心？

沟通过程

营销沟通

沟通技能提高指南

自我评价

非文字沟通

沟通中的感觉

商务沟通——一个回顾

第三单元 文化与管理

导言

管理哲学

文化与行为

行为

文化

国际化或跨文化

国际管理系统

跨文化管理

第四单元 提高管理绩效

为什么要对管理资源进行投资

创造合适的环境

管理开发的程序

审查

潜在问题

对行动进行计划

培训需求

学习风格

学习循环

培训的途径

<<有效营销管理（第二辑）>>

课外作业和考试清单

第五单元 组建团队的工具

团队是什么？

团队中包括哪些人？

是什么使团队取得成功？

是什么使团体取得成功？

团队如何形成

管理者—领导者

有效的团队

团队动力学

团队技能审查

弥补团队的差距

人力资源管理的角色

准备面谈—1

准备面谈—2

发录用通知

培训项目

培训计划

引入培训

后续培训

管理开发

管理开发的目标

第六单元 团队构建的技术和工具

领导还是管理

领导

领导活动

团队成员

激励

个人形象

减轻紧张感

报酬

工作中人的问题

人类需求的类型

动机还是诱因——需要互相协调

评估

评估——过程

设计一个评估系统

评估面谈

工作动机

第七单元 保持和发展团队的工具

发展团队

团队评估

机会均等

<<有效营销管理（第二辑）>>

它重要吗？

正向的行动

其他形式的跨文化团队

职员和团队发展

团队发展

发展团队

团队会议

咨询

培训和指导

准备当教练

纪律

纪律程序

提高营销团队的绩效

第八单元 客户关系

供应商和中间商

供应商和质量

审计

质量测量

评估客户感知

质量和客户关心的重要性

客户的重要性

提高客户服务水平

发展管理关键客户和细分市场的计划

保持有效客户沟通

识别沟通选择

投诉和赞美

通过有效的沟通建立良好的关系

保持有效沟通的提示和技巧

客户的地位

谈判

谈判规划

内部磋商

管理问题

尽早发现问题

解决问题的策略

解决职员变动

营销经理——与他人的合作者

第九单元 管理变革

“这就是我们做事的方法……”

什么创造变化的合适环境？

变革的催化剂

管理变革的过程

战略

变革的营销

内部营销

<<有效营销管理（第二辑）>>

内部营销规划

内部营销的7Ps

向高层销售计划

第十单元 充分利用时间

个人发展计划

最大限度地利用时间

机会成本

授权的艺术

紧急还是重要

区分优先次序

意外规划

有效的优先次序——清单

时间管理的提示和技巧

其他人的时间管理

管理一项计划的时间维度

甘特图

附录一 考试准备指南

附录二 心灵地图

附录三 答案

附录四 课程信息和阅读列表

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>