

<<营销管理>>

图书基本信息

书名：<<营销管理>>

13位ISBN编号：9787802079083

10位ISBN编号：780207908X

出版时间：2007-5

出版时间：经济管理出版社

作者：冯丽云 编

页数：306

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>

<<营销管理>>

内容概要

《营销管理》一书是《公需专修教材》系列教材之一。

本教材是为满足营销管理者学习专业管理知识的迫切需要编写而成的。

本书是一本介绍营销管理基本理论和方法体系的更新教材，反映了本学科的新进展，对营销战略策略、目标市场选择和市场定位、体验营销、服务营销、绿色营销等营销管理知识进行了比较系统的介绍，探讨了最新营销理念，书中还收集了大量营销管理的案例和习题，供读者参考并能引发更多更好的思考。

本教材对培养我国企业营销管理的专业技术管理人才起到有益的作用，能够成为他们知识更新的教材和案头常用的工具书。

书籍目录

上篇 经典营销管理理论概述第一章 营销战略规划本章提要章首案例第一节 企业发展战略一、确定企业任务二、确立企业目标三、安排产品（业务）组合四、选择适宜的增长机会第二节 市场营销战略一、市场营销战略的定义二、市场营销战略的基本特征三、市场营销管理过程第三节 市场营销计划一、营销计划的特点二、营销计划的内容三、营销计划的编制程序四、编制营销计划的方法本章案例思考题及答案要点参考文献第二章 目标市场选择与市场定位本章提要章首案例第一节 市场细分一、市场细分的概念与作用二、市场细分的标准三、市场细分的原则四、市场细分的程序第二节 目标市场选择一、确定目标市场的方式二、目标市场的范围选择策略三、目标市场潜在价值的估计第三节 目标市场营销策略一、三种营销策略二、企业选择不同营销策略的主要依据第四节 市场定位一、市场定位的实质二、市场定位的方法三、市场定位的方式四、企业运用市场定位策略时应注意的问题本章案例思考题及答案要点参考文献第三章 市场营销组合本章提要章首案例第一节 市场营销组合综述一、市场营销组合的含义二、市场营销组合的内容三、市场营销组合的特点四、市场营销组合理论的发展第二节 产品策略一、产品整体概念二、产品组合策略三、产品生命周期策略四、新产品开发策略五、品牌决策第三节 价格策略一、定价目标二、价格策略第四节 渠道策略一、分销渠道概念与类型二、分销渠道管理第五节 促销策略一、促销组合二、人员推销三、营业推广四、公共关系五、广告本章案例思考题及答案要点参考文献下篇 营销管理理论的新发展第四章 顾客让渡价值与顾客满意本章提要章首案例第一节 顾客让渡价值一、顾客让渡价值的含义二、顾客总价值三、顾客总成本四、建立顾客让渡价值系统第二节 顾客满意一、顾客满意的含义二、顾客满意度的内涵三、顾客满意度的产生及衡量标准四、企业实施CS营销战略的主要途径本章案例思考题及答案要点参考文献第五章 体验营销本章提要章首案例第一节 体验营销概述一、体验营销的含义二、体验营销的特点三、体验营销的要素第二节 体验营销的模式一、感觉体验营销二、情感体验营销三、思考体验营销四、行动体验营销五、关联体验营销第三节 体验营销的实现途径一、在产品中附加体验二、用服务传递体验三、通过广告传播体验四、借品牌凝聚体验五、创造全新的体验业务本章案例思考题及答案要点参考文献第六章 服务营销本章提要章首案例第一节 服务和服务业一、服务概述二、服务业概述第二节 服务营销的演进一、服务营销与市场营销的联系与区别二、服务营销的兴起第三节 服务体系及其营销体系一、服务体系的构成二、服务体系的特点三、服务营销体系四、服务营销三角第四节 服务营销管理过程一、服务信息的搜集与处理二、企业经营的优势与劣势、经营机会与威胁分析三、服务目标市场的确定四、营销目标的确定五、服务企业营销组合策略的策划六、营销计划（或方案）的实施与控制七、营销计划（或方案）的评估、检讨与调整第五节 服务营销组合一、传统的市场营销组合二、服务营销组合第六节 服务质量管理一、服务质量的定义二、服务质量的测定三、提高服务质量的方法与策略本章案例思考题及答案要点参考文献第七章 绿色营销本章提要章首案例第一节 绿色营销概述一、绿色营销的含义二、绿色营销的特点三、绿色营销与传统营销、社会营销的区别第二节 绿色产品策略一、绿色产品链二、绿色包装材料三、绿色标志第三节 绿色价格策略一、制定绿色价格的原则二、制定绿色价格的策略第四节 绿色渠道策略一、绿色渠道的选择二、渠道成员的激励第五节 绿色促销策略一、绿色促销沟通组合二、绿色沟通的步骤三、绿色沟通的特征四、企业在绿色沟通中应注意的问题本章案例思考题及答案要点参考文献第八章 品牌营销本章提要章首案例第一节 品牌营销概述一、品牌的内涵二、品牌的特征三、品牌的类型四、品牌的作用五、品牌战略第二节 品牌定位一、品牌定位的意义二、品牌定位的原则三、品牌定位的标准四、品牌定位的误区五、品牌定位策略第三节 品牌命名一、品牌命名的原则二、品牌命名的策略和方法本章案例思考题及答案要点参考文献第九章 网络营销本章提要章首案例第一节 网络营销概述一、网络营销的特点二、网络营销组合第二节 网站建设与推广一、建立企业站点的重要性二、进行站点规划三、网页内容的设计四、网页效果的设计五、网站推广第三节 网络营销策略一、网络调研策略二、网络定价策略三、网络渠道策略四、网络广告策略五、网络公关策略六、网际销售促进策略七、电子邮件营销策略本章案例思考题及答案要点参考文献第十章 关系营销本章提要章首案例第一节 关系营销的兴起一、关系营销的概念二、关系营销的产生背景三、关系营销的特征第二节 关系营销的内容一、企业与顾客的关系二、企业与竞争者的关系三、企业与供销商的关系四、企业内部关系五、企业与影响者的关系第三节 关系营销的层次一、一级关系营销二、二级关系营销

三、三级关系营销四、关系营销组织设计原则本章案例思考题及答题要点参考文献第十一章 交叉销售与水平营销本章提要章首案例第一节 交叉销售一、逐步成熟的交叉销售二、突围的交叉销售三、交叉销售的魅力四、构建产品池五、购物筐分析 (Mavkef-Baskef analgsis , MBA) 六、交叉销售的发展趋势第二节 水平营销一、水平营销的含义二、水平营销与纵向营销三、水平营销的步骤本章案例思考题及答题要点参考文献后记

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>