

《科特勒营销战略全书》

图书基本信息

书名：《科特勒营销战略全书》

13位ISBN编号：9787801147523

10位ISBN编号：7801147529

出版时间：2002-01-01

出版社：九州出版社(原九洲图书出版社)

作者：科特勒 谢德高

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《科特勒营销战略全书》

内容概要

菲利普·科特勒，全球著名营销学权威，世界公认的现代营销之父，美国西北大学凯洛格管理研究院国际营销学教授。他见证了美国40年经济起伏，成就了完整的营销学理论，他的著作甚多，其中《营销管理》一书，被译成二十几种文字，誉为全球50本最佳商业书籍之一，并作为全球MBA教学用书。本书阐述的科特勒营销理念得到经济学、行为科学及现代管理理论研究的实证和支撑，然而它采用的却是注重实践的营销与管理结合的

书籍目录

- 序：现代营销学之父
- 第一章 现代营销思路的核心方向
- 第二章 发展并运用市场情报
- 第三章 产品市场的定位策略
- 第四章 争取、保留、培养顾客
- 第五章 创意的产品及品牌策略
- 第六章 制定营销策略
- 第七章 让商品和服务流通顺畅
- 第八章 选择适当的促销工具组合
- 第九章 重新界定营销组织的角色
- 第十章 营销经典案例

精彩短评

- 1、理清一些工作思路
 - 2、高屋建瓴，好像不太适合国情。
- 国内企业大都过把瘾就死，一万年太久，只争朝夕。

《科特勒营销战略全书》

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:www.tushu000.com