

《中小企业市场与营销》

图书基本信息

书名：《中小企业市场与营销》

13位ISBN编号：9787801471345

10位ISBN编号：7801471342

出版时间：1999-1

出版社：企业管理出版社

作者：屈云波

页数：359

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

《中小企业市场与营销》

内容概要

内容简介

本书主要以市场营销为主线，论述中小企业市场营销管理的一系列内容，包括市场环境分析、调查与预测、营销企划、营销定位、营销组合等步骤，并特别提出中小企业最为关心的销售问题及人力资源管理问题。本书是市场营销人员的最佳读物，也是关心中小企业市场营销的广大爱好者的参考读物。

书籍目录

目录

第1章 中小企业与营销

- 1.1 中小企业的作用
- 1.2 中小企业的核心问题
- 1.3 中小企业与市场营销管理

第2章 中小企业市场机会分析与调研

- 2.1 环境分析
- 2.2 营销机会分析
- 2.3 环境分析转化为市场机会分析
- 2.4 营销调研
- 2.5 市场调查与预测

第3章 中小企业营销企划

- 3.1 营销企划
- 3.2 营销企划部门设立与职能
- 3.3 企划案
- 3.4 营销企划策略

第4章 中小企业目标定位

- 4.1 营销定位
- 4.2 市场定位
- 4.3 产品定位

第5章 中小企业的产品策略

- 5.1 满意顾客与产品
- 5.2 产品管理
- 5.3 产品策略
- 5.4 产品策略评估依据

第6章 中小企业的价格策略

- 6.1 定价
- 6.2 价格顶点分析
- 6.3 价格策略的选择
- 6.4 提供信用与价格折扣
- 6.5 如何应付价格的涨落

第7章 中小企业的促销策略

- 7.1 促销沟通过程
- 7.2 促销费用
- 7.3 广告
- 7.4 营业推广
- 7.5 中小企业与公关
- 7.6 个人推销技巧

第8章 中小企业分销渠道与全球市场营销

- 8.1 分销体系的功能与角色
- 8.2 分销渠道体系的设计
- 8.3 经济全球化的挑战
- 8.4 全球营销渠道策略

第9章 销售管理管什么 必须认真的话题

- 9.1 销售预测与销售计划
- 9.2 销售预算与配额
- 9.3 销售通路的建立与疏导

9.4建立客户档案

9.5如何处理客户投诉

9.6营销业绩分析

第10章 经理 营销的引擎

10.1学会学习

10.2营销员素质培训

10.3拥有战略构想能力

10.4计划、组织、实施

10.5激励、沟通、协调

第11章 营销人员 营销的车轮

11.1营销员素质要求

11.2营销员活动设计

11.3销售竞赛

11.4业绩评估

《中小企业市场与营销》

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