

《行銷管理-策略.個案與應用》

图书基本信息

书名：《行銷管理-策略.個案與應用》

13位ISBN编号：9789578187412

10位ISBN编号：9578187416

出版时间：2005年06月15日

出版社：揚智文化

作者：范惟翔

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

《行銷管理-策略.個案與應用》

內容概要

本書內容主要分成五大部分，依序為新世紀行銷、購買行為與市場區隔、行銷組合策略、行銷執行及國際市場與企業。因此，讀者可藉由閱讀本書瞭解行銷管理的意涵，每一章開頭有一個「個案」，為每一章之主題內容做開場白，引發讀者對各主題的興趣。並提出學習目標，另安排專欄穿插於內文中，使初學者得以輕鬆的方式，從不同的角度瞭解行銷管理的真諦。以及在章節最後附有問題與討論，使讀者可以前後呼應，為該章之主題內容做一個總結之討論與練習。

本書作者以其多年的實務與教學經驗，採循序漸進的寫作方式，輕鬆引領讀者進行行銷管理的專業養成。各章內容觀念新穎、層次分明、文字簡潔活潑、內容豐富、立論精闢，極具可讀性。

《行銷管理-策略.個案與應用》

作者簡介

范惟翔

學歷 / 國立中正大學企管研究所博士

經歷 / 中油公司創業育成中心專案經理、吳鳳技術學院國際企業管理系副教授兼主任、美國南加州大學Marshall School邀請學術研究

現任 / 南華大學企管系暨管理科學研究所副教授、全國商總兩岸經貿事務研究委員

著作 / 行銷管理：策略、個案與應用

書籍目錄

序

第一篇 新世紀行銷

Chapter 1 建立全方位的行銷心靈

- 1.1 行銷起源與意義
- 1.2 行銷的演進
- 1.3 行銷組合
- 1.4 巨行銷
- 1.5 網際網路行銷

Chapter 2 策略分析與層級

- 2.1 緒論
- 2.2 策略規劃的過程
- 2.3 策略選擇技術分析
- 2.4 策略層級
- 2.5 策略配合管理

第二篇 購買行為與市場區隔

Chapter 3 消費者購買行為與決策

- 3.1 消費者行為之基本觀念
- 3.2 影響消費者購買行為的因素
- 3.3 購買決策過程
- 3.4 如何掌握消費者的需求

Chapter 4 市場區隔與運用

- 4.1 市場區隔
- 4.2 有效市場區隔的條件
- 4.3 區隔與市場評估
- 4.4 市場區隔方式
- 4.5 市場區隔與消費者

Chapter 5 目標市場與定位

- 5.1 從區隔到目標市場
- 5.2 目標市場的調整
- 5.3 區隔、目標市場、定位之整合

第三篇 行銷組合策略

Chapter 6 產品管理與創新

- 6.1 產品釋義 何謂產品
- 6.2 產品的層次
- 6.3 產品的核心價值
- 6.4 產品的延伸
- 6.5 產品線與產品組合
- 6.6 產品生命週期及行銷策略
- 6.7 新產品的發展
- 6.8 創意行銷

6.9 創新產品與企業成長

Chapter 7 品牌的建立與發展

- 7.1 品牌源起
- 7.2 品牌行銷
- 7.3 品牌的價值
- 7.4 品牌經營策略

Chapter 8 服務行銷

- 8.1 服務的概念
- 8.2 服務品質
- 8.3 顧客關係與體驗行銷

Chapter 9 價格策略

- 9.1 價格的基本面
- 9.2 定價考慮因素
- 9.3 定價戰術
- 9.4 定價策略

Chapter 10 通路經營

- 10.1 通路的機能
- 10.2 通路與行銷
- 10.3 無店鋪銷售與直銷
- 10.4 通路衝擊與變化

Chapter 11 廣告、促銷、公共關係與直效行銷

- 11.1 推廣策略與行銷
- 11.2 廣告
- 11.3 促銷
- 11.4 公共關係
- 11.5 直效行銷

Chapter 12 人員銷售管理

- 12.1 銷售模式
- 12.2 銷售業務管理
- 12.3 銷售活動分析
- 12.4 非口語溝通與銷售
- 12.5 策略銷售分析
- 12.6 銷售與顧客

第四篇 行銷執行

Chapter 13 行銷與市場競爭

- 13.1 緒論
- 13.2 市場競爭策略
- 13.3 市場策略
- 13.4 競爭策略 策略聯盟

Chapter 14 創造優勢行銷

- 14.1 創造企業優勢
- 14.2 行銷規劃破框框
- 14.3 數位行銷
- 14.4 顧客導向創優勢
- 14.5 平衡計分卡

第五篇 國際市場與企業

Chapter 15 企業國際化與台商實證

- 15.1 國際化概論
- 15.2 國際化的過程
- 15.3 國際化理論之台灣實證
- 15.4 台商海外經營與策略規劃
- 15.5 台商中小企業海外經營

Chapter 16 國際市場策略與台商實證

- 16.1 國際行銷與國際經營策略
- 16.2 國際市場之進入策略
- 16.3 海外直接投資方式
- 16.4 國際市場策略理論
- 16.5 台商西進中國
- 16.6 中國大陸市場策略關鍵成功因素

參考文獻

《行銷管理-策略.個案與應用》

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