

《找出IT產業的蠢事-20年來高俊

图书基本信息

书名：《找出IT產業的蠢事-20年來高科技行銷的》

13位ISBN编号：9789575278267

10位ISBN编号：9575278267

出版时间：2005年06月21日

出版社：博碩

作者：Merrill R,Ch

译者：周良忠

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

《找出IT產業的蠢事-20年來高俊

內容概要

正確行銷策略對企業前途影響至深，向上提昇或向下沉淪取決於管理人的一念之間。高科技公司之所以會遭遇週期性的低潮，都是因為它們不曾從過去的經驗中記取教訓，並一再地錯犯那些可以避免的過失。《找出IT產業的蠢事》一書記錄了高科技業曾犯下的愚蠢失誤，以身為科技人的眼光深入觀察近代20年來各大IT產業在發展過程中的行銷錯誤，有的公司因此由勝轉衰、有的公司甚至就此消聲滅跡，當然也有因為策略得當而一躍千里的成功例子。作者詳細解說造成這些錯誤決策的前因後果，更以全球著名的IBM、Apple、Microsoft等公司作案例介紹，提供給IT產業界作借鏡，是每個關心行銷管理的人不可不讀的好書！

《找出IT產業的蠢事-20年來高俊

作者簡介

Merrill R. (Rick) Chapman

1978年投身高科技與軟體工業，擔任過程式設計師、營業員、專案行銷工程師及行銷人員。也是《The Product Marketing Handbook for Software》一書的作者、《The US Software and Distribution Guide》的共筆者；樂於著述、演講，喜歡探討各種面向的高科技行銷行為。曾於以下公司任職或擔任顧問之職MicroPro, Ashton-Tates, IBM, Inso, Microsoft, Novell, DataEase, Stromberg, Sun Microsystem, Teradata, Ziff-Davis。

《找出IT產業的蠢事-20年來高俊

書籍目錄

- chapter1 追求卓越的失敗
- chapter2 產業標準的魔力
- chapter3 縮水產品的陰霾
- chapter4 產品定位的泥潭
- chapter5 市場關係的教訓
- chapter6 巨型企業的困擾
- chapter7 企業併購的陷阱
- chapter8 品牌戰略的迷茫
- chapter9 技術導向的失衡
- chapter10 企業公關的真諦
- chapter11 科技虛幻的誘惑

《找出IT產業的蠢事-20年來高俊

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