

《民营企业市场营销》

图书基本信息

书名：《民营企业市场营销》

13位ISBN编号：9787801076236

10位ISBN编号：7801076230

出版时间：2003-1

出版社：中国方正出版社

作者：李亚

页数：280

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

《民营企业市场营销》

内容概要

本书展示了“产品营销”、“价格营销”、“渠道营销”、“网络营销”、“目标营销”和“机会营销”等几种具有生机和活力的营销创新方式，以供广大的民营企业在营销实践中能够加以认识和借鉴。本书同时对新的经济背景下民营企业的营销创新战略进行了深入探讨。21世纪是创新的世纪，市场营销创新有了广阔的前景。市场创新、产品创新、观念创新、方法创新、理论创新、这将是我国民营企业一项长期而又艰巨的任务。

为了使民营企业的市场营销工作进入规范化、正规化的轨道，提高市场营销工作的有效性，我们在对中国民营企业进行大量调查和了解的基础上，并结合工作实际，编写了本书，本书主要介绍世营企业在目前激烈的市场竞争下，如何制订详细而全面的营销策划方案，在市场营销策划、营销人员管理、品牌策划与管理以及内部营销管理方面得到全面改善，使企业适应目前复杂多变的市场环境，进一步开拓和发展产品市场，树立公司的企业形象与品牌。针对中国民营企业做好市场营销工作的几个热点课题，我们提出了强化市场营销的基本思路和操作步骤，融理论与实践为一体，希望能对中国民营经济的进一步发展有所裨益。

本书提供了大量翔实的民营企业营销案例，既有创业企业的成功经验，也在知名企业的失败教训，有机地将生动的现实案例解析与营销理论结合起来，深入浅出地介绍了企业营销运作精髓，为民营企业提供了市场营销运作指南，力争使其具备一定的营销实战能力。

《民营企业市场营销》

作者简介

李亚，南开大学经济研究所博士，南开大学国际商学院工商管理博士后，现任南开大学公司治理研究中心民营企业研究室主任，并兼任多家公司长期管理顾问。李亚博士是知名青年学者，长期从事产权理论、组织理论和民营企业理论领域的研究工作，先后为多家民营、国有、三资企业集团完成大型咨询课题。专著《民营科技企业产权运营——战略、操作与案例》，译著一部，参与撰写《中国企业产权界定》、《中国经济体制市场化进程研究》、《美国的公司治理：马奇诺防线？》等多部学术著作，先后参加国家省、部级研究课题8项，发表多篇学术论文。

《民营企业市场营销》

书籍目录

第一章 民营企业的发展及其人力资源管理

第二章 民营企业的家族制与人力资源管理

第三章 民营企业的人力资本管理

第四章 民营企业人才的聚集

第五章 培训篇

第六章 考核篇

第七章 薪酬篇

第八章 激励篇

参考文献

后记

《民营企业市场营销》

媒体关注与评论

书评本丛书特邀著名管理学家李维安教授和著名经济学家常泽教授担任顾问并作序，由二十多位知名教授、博士后、博士、MBA以及部分民营企业总裁联合编著，内容丰富生动、思路务实创新；本书详尽剖析了民营企业的成长规律，诠释了民营企业家的领导艺术和管理方略，对解决我国民营企业管理与发展中的不足、规范民营企业的具体运作、提高其核心竞争力具有针对性的指导意义。本书对民营企业经营者的转变观念、开拓思路、提高经营管理水平有很大的启发作用，是为中国民营企业总裁及高级经营管理人员专门打造的精品图书。

《民营企业市场营销》

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