

《营销》

图书基本信息

书名：《营销》

13位ISBN编号：9787507823202

10位ISBN编号：7507823202

出版时间：2004-2-1

出版社：中国国际广播出版社

作者：王必成

页数：1120

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

内容概要

目前，市场上的营销类图书多侧重理论分析，而本书最显著的特点就在于它的实用性和可操作性。它详细地介绍了1000多种市场营销的运作方法、技巧和业务步骤。这些方法之多、之全面是当前同类图书所不能比拟的。这对于注重实效的营销主管、营销经理来说，无疑提供了切实可行的营运方法，是一个巨大的福音。

全书分四篇共十七章。第一篇“寻找发现营销机会”，这是一切市场营销活动的开始阶段。通过市场调研和预测（共介绍了60多种方法），了解消费者购买心理的手段来探寻目标市场和目标顾客群。第二篇“确定公司营销战略”，论述了四种重要的战略即定位、开发新产品、产品生命周期和国际营销战略。第三篇“选择市场营销方案”，制定了战略之后，还必须有具体的营销战术、方案，营销活动才能有效地进行。营销方案（营销组合）主要内容有产品决策法、服务决策法、定价方法、分销渠道方法，以及促销组合传播的五种工具。最后一篇着重说明了营销计划如何有效的控制和执行。

书籍目录

上册

第一篇 寻找、发现营销机会

第一章 市场调研和预测步骤、方法

第二章 购买心理与行为：认识顾客

第三章 市场细分与目标市场选择的技巧

第二篇 确定公司的营销战略

第四章 最佳定位策略

第五章 开发新产品的方略

第六章 产品生命周期战略

第七章 打入国际市场的决策

下册

第三篇 选择公司的营销方案

第八章 产品、品牌和包装决策

第九章 服务决策

第十章 定价方法

第十一章 渠道方略

第十二章 中间商和物流管理

第十三章 广告决策法

第十四章 促销和公关操作法

第十五章 销售队伍的设计与管理

第十六章 直销和网络营销

第四篇 营销努力

第十七章 营销活动的组织、控制与执行

参考文献

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