

《弱势企业营销》

图书基本信息

书名：《弱势企业营销》

13位ISBN编号：9787806779798

10位ISBN编号：7806779795

出版时间：2005-7

出版社：广东经济出版社

作者：魏靖

页数：430

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

《弱势企业营销》

内容概要

随着我国市场经济的深入发展以及加入世界贸易组织的成功，我国广大弱势企业已成为我国市场经济中的一支重要力量，目前在弱势企业里学习、参与市场营销活动的人士已不断增加。本人在总结自己多年教学科研和社会实践经验的基础上，结合国内外相关领域的最新研究成果，撰写了该书，以满足有志于从事弱势企业营销人士的学习和实践需要。

书中运用简明的理论概念和分析工具，重新审视了我国弱势企业市场营销的相关问题；同时，本书探讨了大量先进、实用的弱势企业市场营销分析技术，为读者提供了基本的思考和分析方法。并且每章均附有相关经典案例，以供读者学习、参考，从而开拓自己的视野。

本书的读者对象不仅限于高等院校市场营销、企业管理及其他相关专业的师生，更包括正在广大弱势企业实践部门工作的营销管理人员。

本书包括弱势企业的营销特征及策略概述、注重弱势企业的经营环境、明确弱势企业的客户范围和提高服务技巧、弱势企业产品营销策划、弱势企业的定价技巧、改善弱势企业的销售渠道、弱势企业的市场促销技巧、弱势企业如何进行网络营销、弱势企业赢得商机的实战经验、弱势企业须防的主要商业欺诈、国际商务惯例与弱势企业开拓国际市场的途径等十一部分。在写作原则上，本书力争摆脱与现有市场营销类书籍的雷同性，努力从我国弱势企业营销实践出发，自成体系，以实现科学性、客观性和操作性的三者统一。

《弱势企业营销》

作者简介

魏靖，女，浙江财经学院经贸学院国际经济贸易系副主任，经济学硕士。目前已先后在国家级、省级刊物发表论文二十余篇，主持或参与省、厅级课题4项。曾赴德参加InWent举办的“宏观经济政策研究”培训班的学习，取得了一定的学术成果。

书籍目录

前言

第一章 弱势企业的营销现状及策略概述

第一节 我国弱势企业的营销现状

第二节 弱势企业的市场营销策略概述

第三节 弱势企业如何编制营销战略报告

案例：A企业的营销策略

第二章 弱势企业的经营环境分析

第一节 弱势企业应注重的经营环境内容

第二节 弱势企业怎样进行市场环境调查

第三节 弱势企业

《弱势企业营销》

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