

《营销学原来这么有趣》

图书基本信息

书名：《营销学原来这么有趣》

13位ISBN编号：9787122235084

出版时间：2015-6

作者：刘文秀

页数：215

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

《营销学原来这么有趣》

内容概要

《营销学原来这么有趣》中，科普兰、巴特勒、奥格威、梅纳德、切灵顿、诺斯等18位经济学大师以漫画形象出镜，与你零距离互动，轻松展示毕生经典理论！

《营销学原来这么有趣》涉及商品、职能、区域、渠道、广告、零售、品牌、营销管理、市场、销售员、促销、应变、非营利营销、服务、客户、整合、定价、定位等18个你最关心的话题，在众说纷纭的今天，听大师指点迷津！

《营销学原来这么有趣》精心绘制近百张示意图，直观了解营销学核心理论，快速掌握社会运行的营销学原理！

《营销学原来这么有趣》中，18位营销学大师纷纷推荐营销学经典参考书，为你开启进入营销学世界的大门！

《营销学原来这么有趣》

作者简介

作者刘文秀，毕业于北京师范大学对外贸易专业。现就职于爱特电子石油系统装备（北京）有限公司。多年来对人际关系、市场营销领域多有研究，有多部著作出版。代表作品有《实用经济学全攻略》《卡耐基沟通术》等。

审订者全冬梅，博士，毕业于韩国国立全南大学市场营销专业，现为青岛大学商学院市场学系副教授，硕士研究生导师，大韩经营学会会员，主要研究领域为营销战略、服务营销、网络营销和消费者行为。近10年来在国内外学术期刊发表论文40余篇，主持或参与国内外课题7项。

《营销学原来这么有趣》

书籍目录

第一堂课 科普兰老师主讲“商品”

什么是营销/ 002
商品研究的意义/ 005
商品的选购性/ 008
商品的弹性/ 011

第二堂课 肖老师主讲“职能”

营销的元素/ 014
需求与效用/ 016
从职能到机构/ 020
关于垂直整合的讨论/ 022

第三堂课 雷利老师主讲“区域”

区域内部营销/ 026
营销区域和区域营销/ 029
区域属性的数学表达/ 031
区域营销系统/ 034

第四堂课 巴特勒老师主讲“渠道”

渠道的形成/ 038
渠道的内部组织/ 041
高效的渠道形式/ 044
渠道的定义与建立/ 047

第五堂课 艾格纽老师主讲“广告”

有趣的广告/ 052
广告的分类/ 055
如何确定广告预算/ 058
对广告效果的估算/ 060

第六堂课 尼斯托姆老师主讲“零售”

从生产到零售/ 064
零售商的分类/ 066
零售的灵魂——定价/ 069
零售业的发展趋势/ 071

第七堂课 奥格威老师主讲“品牌”

品牌的产生/ 076
品牌的价值/ 079
品牌的建立/ 080
品牌的延伸/ 083

第八堂课 梅纳德老师主讲“营销管理”

期中总结/ 086
营销管理/ 088
营销战略/ 092

第九堂课 布里斯科老师主讲“市场”

市场的中心/ 098
消费者行为/ 101
购买者的决策过程/ 103
机构购买者/ 105

第十堂课 切灵顿老师主讲“销售员”

人员销售/ 110
销售员的业务流程/ 112

销售员的素质与选拔/ 116
第十一堂课 康弗斯老师主讲“促销”
什么是促销/ 122
促销的效果/ 125
明智的促销/ 127
促销的方式/ 129
第十二堂课 法林老师主讲“应变”
营销中存在的问题/ 134
交易者权益的保障/ 135
修复社会影响/ 139
可持续的环境/ 141
第十三堂课 莱昂老师主讲“非营利营销”
对非营利的澄清/ 146
非营利性组织的营销活动/ 148
非营利性组织的运营核心/ 151
非营利营销的实施/ 154
第十四堂课 诺斯老师主讲“服务”
什么是服务营销/ 158
服务的性质和特点/ 160
服务的灵魂/ 162
服务——利润链/ 164
第十五堂课 斯科特老师主讲“客户”
客户与满意/ 168
什么是满意/ 169
满意的主观特性/ 171
客户满意度测评/ 174
第十六堂课 霍奇基斯老师主讲“整合”
企业内部的整合/ 178
渠道层面的整合/ 180
宏观环境的整合/ 184
互联网的力量/ 187
第十七堂课 托斯达老师主讲“定价”
定价的策略/ 192
定价的方向/ 194
定价的方法/ 197
价格的应变/ 199
第十八堂课 维尔老师主讲“定位”
从需求到市场细分/ 204
需求定位/ 208
竞争定位/ 210
培训总结/ 212

《营销学原来这么有趣》

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