

《非营利组织营销》

图书基本信息

书名：《非营利组织营销》

13位ISBN编号：9787300091556

10位ISBN编号：7300091555

出版时间：2008-5

出版社：中国人民大学出版社

作者：吴冠之 编

页数：337

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

《非营利组织营销》

内容概要

《非营利组织营销》

书籍目录

第1章 非营利组织营销概述	1.1 导论	1.2 非营利组织的定义	1.3 非营利组织的演进
1.4 非营利组织分类	1.5 非营利组织的地位	1.6 非营利组织营销的特点	第2章 营销导向及其管理特征
2.1 营销需求	2.2 交换的特性	2.3 非营利组织的营销导向	2.4 市场营销和销售
2.5 营销协调	2.6 非营利组织质量标准	2.7 塑造良好形象	2.8 非营利组织的绩效衡量
第3章 营销规划	3.1 营销规划的发展	3.2 营销规划程序	3.3 确定组织的宗旨及目标
3.4 SWOT分析	3.5 确定营销目标	3.6 制定营销战略	3.7 制定营销计划
3.8 执行营销计划	3.9 评估营销结果	第4章 市场营销环境	4.1 市场营销与环境
4.2 营销环境扫描	4.3 社会因素	4.4 文化因素	4.5 技术因素
4.6 经济环境	4.7 政治与法律环境	4.8 自然环境	4.9 非营利组织营销的微观环境
第5章 营销研究	5.1 营销研究的定义	5.2 营销研究的类型	5.3 营销研究规划
5.4 营销研究过程	第6章 目标营销	6.1 目标营销	6.2 市场细分
6.3 目标市场选择	6.4 市场定位	第7章 产品和服务策略	7.1 产品和服务
7.2 整体产品概念	7.3 产品组合	7.4 服务及其分类	7.5 服务产品设计
7.6 产品生命周期分析	7.7 产品生命周期各阶段的战略	第8章 定价策略	第9章 营销渠道管理
第10章 促销组合	第11章 募捐	第12章 志愿者管理	第13章 非营利组织的竞争与合作
附录A 非营利组织国际化分类 (ICNPO) 细表	附录B 比较数据表	参考文献	

《非营利组织营销》

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