

# 《奎尔奇论营销》

## 图书基本信息

书名：《奎尔奇论营销》

13位ISBN编号：9787100053662

10位ISBN编号：7100053668

出版时间：2008-1

出版社：商务印书馆

作者：约翰·A.奎尔奇

页数：687

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](http://www.tushu000.com)

# 《奎尔奇论营销》

## 内容概要

《奎尔奇论营销》汇集了奎尔奇教授过去20年间发表于世界顶级商业期刊《哈佛商业评论》、《斯隆管理评论》以及《战略与企业》等的几十篇学术论文，这些论文都得到了业界的广泛赞誉和肯定。论文主题覆盖了营销与企业战略、产品线管理、定价政策、销售点管理、营销与新技术、全球营销、全球品牌的构建与管理、营销与社会以及营销管理等多个领域。

# 《奎尔奇论营销》

## 作者简介

约翰·奎尔奇是全球营销和品牌推广领域的泰斗级人物。1998年以前，他是哈佛商学院的营销学教授。1998年至2001年间，他担任伦敦商学院院长。目前，他是哈佛商学院高级副院长和商业管理领域的教授。在《金融时报》所推出的百年管理大师风云榜中，奎尔奇连续两年排名世界第八位，在非美国裔的管理学者中排名第一。他曾撰写了无数文章，100多篇案例研究，15本著作。多年来，他一直致力于帮助企业建立全球品牌，使企业的营销战略与当前的经济状况协调一致。

# 《奎尔奇论营销》

## 书籍目录

第一部分 营销与企业战略1.约翰·奎尔奇：对思想领袖的采访2.将客户请进董事会会议室3.质量不仅仅意味着制造一个好产品4.为何不采用双重营销？5.应对衰退的市场战略第二部分 产品线管理6.增加利润而不是延伸产品线7.如何建立一个产品的特许经营体系？8.高档产品的营销9.奢侈品的大众营销10.有效利用你的担保计划11.产品召回管理的战略方法第三部分 定价政策12.经销商促销：便宜货带来的大浪费13.为价格促销辩护14.重建零售定价的可信度15.让你的公司为全球定价作好准备第四部分 销售点管理16.更好的购买点营销策略17.行动起来，让经销商促销更有效18.服务营销中的消费者促销19.耐用品促销的机遇和挑战20.设计模型规划零售商促销：以汽车经销商为例21.品牌与自有品牌：制胜策略第五部分 营销与新技术22.非店面营销：快行道还是慢行道23.在开发消费者电传视讯市场的过程中达成系统合作24.互联网与国际营销25.在互联网上为B2B做市26.零售业：实体商店面临挑战第六部分 全球营销27.定制全球营销28.销售促销可以走向全球市场吗？29.欧洲共同体在关键时期的营销策略30.墙的另一面：东欧市场营销指南31.新兴市场的新战略第七部分 全球品牌的构建与管理32.全球品牌盘点33.全球品牌的东山再起34.淘金于非营利性品牌35.全球品牌如何参与竞争？36.美国品牌在后9·11时期的复苏第八部分 营销与社会37.国际组织的营销和分销战略38.民族国家的宣传战略39.医院、消费者和广告40.预防性医疗保健的营销原则与未来41.第三世界的药品营销实践42.取之于全球，用之于全球第九部分 营销管理43.国家经理的东山再起44.转轨经济中的国家经理：越南的案例45.产品管理审计46.制定全球人力资源战略十步曲47.重新关注客户译后记

# 《奎尔奇论营销》

## 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](http://www.tushu000.com)