

# 《市场营销部规范管理实务手册》

## 图书基本信息

书名：《市场营销部规范管理实务手册》

13位ISBN编号：9787506454483

10位ISBN编号：7506454483

出版时间：2009-3

出版社：中国纺织出版社

作者：马福存

页数：352 页

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)

# 《市场营销部规范管理实务手册》

## 内容概要

《市场营销部规范管理实用手册》从企业市场营销部的日常管理工作出发，阐述了围绕市场营销部的产品、价格、渠道、促销工作业务流程，涵盖了市场营销部的构建、组织、考核等管理制度，对市场营销部的最重要和最常见的工作均做了理论概括和流程建议，为企业市场营销部的规范运作提供了详实全面的参考。

随书附赠一张光盘，收录了书中出现的各种流程表单，读者可根据所在企业的实际情况，从中下载所需的流程图表使用。

## 书籍目录

第一篇 市场营销部规范化组建第一章 市场营销的工作原则与工作范围第一节 市场营销的工作原则第二节 市场营销的工作范围第二章 市场营销部职责与权力范围第一节 市场营销部的职责第二节 市场营销部的权力范围第三节 市场营销部的岗位职责第三章 市场营销部的组织架构第一节 市场营销部基本组织架构第二节 市场营销部的销售组织架构第三节 市场营销部的销售组织设计第四章 市场营销部日常管理规范第一节 市场营销部的基础管理流程第二节 市场营销部门的职能体系第三节 市场营销管理策划书与部门管理制度第二篇 市场分析与品牌管理第五章 市场调研管理第一节 市场调研管理制度第二节 市场调研人员的岗位职责第三节 市场调研管理流程第四节 市场调研管理方案第五节 市场调研管理常用表格文本第六章 市场细分与定位管理第一节 市场细分与定位管理制度第二节 市场细分与定位管理流程第三节 市场细分与定位管理方案第四节 市场细分与定位管理常用表格文本第七章 产品品牌与包装管理第一节 产品品牌与包装管理制度第二节 产品品牌与包装管理人员的岗位职责第三节 产品品牌与包装管理流程第四节 产品品牌与包装管理方案第三篇 渠道与促销管理第八章 产品定价管理第一节 产品定价管理制度第二节 产品定价管理人员的岗位职责第三节 产品定价管理流程第四节 产品定价管理方案第五节 产品定价管理常用表格文本第九章 营销渠道管理第一节 营销渠道管理制度第二节 营销渠道管理岗位职责第三节 营销渠道管理流程第四节 营销渠道管理方案第十章 产品促销管理第一节 产品促销管理制度第二节 产品促销管理人员的岗位职责第三节 产品促销管理流程第四节 产品促销管理方案第五节 产品促销管理常用表格文本第十一章 广告投放管理第一节 广告投放管理制度第二节 广告投放管理人员的岗位职责第三节 广告投放管理流程第四节 广告投放管理方案第五节 广告投放管理常用表格文本第十二章 公关活动管理第一节 公关活动管理制度第二节 公关活动管理人员的岗位职责第三节 公关活动管理流程第四节 公关活动管理方案第五节 公关活动管理常用表格文本第十三章 人员推销管理第一节 人员推销管理制度第二节 人员推销管理人员的岗位职责第三节 人员推销管理流程第四节 人员推销管理方案第五节 人员推销管理常用表格文本第四篇 客户服务管理第十四章 客户开发管理第一节 客户开发管理制度第二节 客户开发管理人员的岗位职责第三节 客户开发管理流程第四节 客户开发管理方案第五节 客户开发管理常用表格文本第十五章 客户维护管理第一节 客户维护管理制度第二节 客户维护管理人员的岗位职责第三节 客户维护管理流程第四节 客户维护管理方案第五节 客户维护管理常用表格文本第十六章 售后服务管理第一节 售后服务管理制度第二节 售后服务管理人员的岗位职责第三节 售后服务管理流程第四节 售后服务管理方案第五节 售后服务管理常用表格文本参考文献

# 《市场营销部规范管理实务手册》

## 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)