

<<中国市场营销案例>>

图书基本信息

书名：<<中国市场营销案例>>

13位ISBN编号：9787040205015

10位ISBN编号：7040205017

出版时间：2007-1

出版范围：高等教育

作者：汤定娜

页数：457

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：<http://www.tushu007.com>

<<中国企业营销案例>>

内容概要

本书聚焦中国企业的营销实践，通过资料收集和实地调研等途径，将中国企业涉及各行各业的营销活动和事件进行归纳提炼，编写成主题鲜明、结构完整、充分反映中国企业营销活动现状和发展趋势的案例。

本书主要适用于高校市场营销课程的教学和企业营销经理和专门人才的培训。

<<中国市场营销案例>>

书籍目录

第一篇 市场营销观念 百年张裕的新目标 万科求变 吉利：创新成就传奇 奇强的竞争应对 绿色世界里的长友 家乐福在中国的“关系” 第二篇 市场营销战略 商务通隐形手机 苏果向农村市场扩张 青岛啤酒开拓广州市场 国美的未来 五粮液不仅仅会做酒 “标王”的陨落 第三篇 市场营销组织与信息系统 娃哈哈“营养快线”上市策划 背背佳u8的推出 概念源自消费者 幸福树电器连锁 三星电子的“e营销” 泸州老窖的防窜货系统 第四篇 市场营销环境 “中国平安，平安中国” 汾酒的无奈 e时代的光线传媒 雀巢奶粉碘超标事件 “非典”商机 第五篇 购买行为 网上购物行为 小阿华的“精确营销” 别克君威的目标顾客群 新康泰克卷土重来 小企业的市场开拓 黑白分明的“白加黑” 女性计算机的风景 第六篇 竞争战略 康佳集团的快速反应 中石化润滑油 格兰仕的微波炉之旅 还记得“红高粱”吗？ 葡式蛋挞上市的故事 第七篇 目标市场战略 屈臣氏的市场定位 “金利来，男人的世界” PDA市场的启示 “金庸群侠”闯荡江湖 久久丫的体育营销 “上海滩”抢滩 第八篇 产品策略第九篇 价格策略第十篇 渠道策略第十一篇 促销策略第十二篇 国际市场营销后记

<<中国市场营销案例>>

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:<http://www.tushu007.com>