

图书基本信息

书名：<<高等学校工商管理类专业系列教材>>

13位ISBN编号：9787040347227

10位ISBN编号：7040347229

出版时间：2012-3

出版时间：高等教育出版社

作者：林祖华，殷博益 编

页数：301

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>

内容概要

《高等学校工商管理类专业系列教材：市场营销案例分析（第2版）》自2003年7月第一版出版发行以来，承蒙各院校同行和广大读者的厚爱，本书被市场营销专业和管理类其他专业的专科生、本科生甚至研究生的教学和研究所采用，受到社会各界好评。但本书还有一些不足之处，与经济发展和形势不相适应。近年来，一方面，市场营销理论不断发展，另一方面，市场营销实践不断深入，因此，有必要结合新情况、新要求对原书重新修订，对一些观点进行更新，对一些理论进行修正，对一些案例进行调整。

书籍目录

绪言第1章 市场营销概述本章导读第一节 理论教学要点第二节 教学引导案例案例1-1 海尔的市场意识
案例1-2 施乐华丽转身：用服务重新定义自我第三节 课堂讨论案例案例1-3 “酒香也怕巷子深”——东
阿阿胶的市场化再造案例1-4 “苹果”为什么这样红？
案例1-5 招商银行“因您而变”第四节 课外思考案例案例1-6 迪斯尼：经营快乐案例1-7 戴尔：散财有
道案例1-8 电动自行车王国的服务救赎第2章 市场营销分析本章导读第一节 理论教学要点第二节 教学
引导案例案例2-1 “银发世界”，商机无限——“夕阳”产业“钱”景广阔案例2-2 伊利营销：“变脸
”不变心第三节 课堂讨论案例案例2-3 本田：用智慧叩开关国市场之门案例2-4 谭传华：一把木梳打天
下案例2-5 火烧“温州鞋”第四节 课外思考案例案例2-6 肯德基中国市场本土化案例2-7 康师傅：练就
过硬中国功夫案例2-8 欧莱雅成功开拓中国市场的奥秘第3章 市场营销战略本章导读第一节 理论教学要
点第二节 教学引导案例案例3-1 雕牌营销：战略制胜案例3-2 江中健胃消食片 品牌定位是关键案例3-3
老二战略：能屈能伸第三节 课堂讨论案例案例3-4 清扬洗发水的市场细分与定位案例3-5 娃哈哈与乐百
氏的竞争战略案例3-6 智强集团——新进入者的营销策略第四节 课外思考案例案例3-7 洽洽瓜子：差异
化制胜案例3-8 奇瑞QQ“年轻人的第一辆车”案例3-9 方太：高端是怎样炼成的？
第4章 产品策略本章导读第一节 理论教学要点第二节 教学引导案例案例4-1 中国家电：从“大制造”
到“大品牌”案例4-2 中华老字号品牌的铸就：同仁堂第三节 课堂讨论案例案例4-3 王老吉：掀起中国
红案例4-4 恒寿堂的包装策略案例4-5 亿利甘草良咽进入“成熟市场”第四节 课外思考案例案例4-6 宝
洁：“多子多福”品牌战略案例4-7 九牧王：品牌战略中的王者案例4-8 品牌泛滥：华伦天奴退出中国
市场第5章 价格策略本章导读第一节 理论教学要点.....第6章 渠道策略第7章 促销策略第8章 市场营销
组织、计划与控制第9章 市场营销的应用与创新主要参考文献教学资源索取单

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>