第一图书网, tushu007.com

<<市场营销管理>>

图书基本信息

书名：<<市场营销管理>>

13位ISBN编号：9787300040578

10位ISBN编号：7300040578

出版时间：2003-1

出版时间：中国人民大学出版社

作者：菲利普·科特勒

译者：菲利普·科特勒

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

本书根据亚洲市场的特点撰写，介绍亚洲金融危机与市场疲软后的营销战略、方法、对策和成功案例。
本书是世界公认的专为亚洲人编写的《市场营销管理》大学教材。

《市场营销管理》（亚洲版）出版时，正值亚洲经济高速和持续发展的时期，亚洲以外的国家急于进入亚洲市，迫切需要了解亚洲的经济运行和商业活动。
然而，不可预料的亚洲金融风暴在1997年中期发生了，并迅速演变为经济危机。
复兴亚洲的关键在于发展顾客导向市场营销。
本书第二版的目的在于帮助该地区的营销者捕获新的市场机会，并向他们推荐经济萧务和市场疲软条件下的营销新思路；同时，本版也保留了第一版的基本特征。

本书新增的内容如下：
· 阐述亚洲金融危机和对该地区的营销造成的影响。

· 增加介绍亚洲的广告插图和传播材料，以使读者加深印象。

· 增加新的营销案例，特别是来自中国、中国香港和印度的案例。

· 提供更多的不同国家之间跨文化的营销分析专论。

· 对亚洲消费者及其在市场上的功能与行为及经验数据作了更新。

· 扩大了亚洲营销问题的讨论范围。

· 新增的第23章介绍了营销者所关注和面临的新信息、传播及销售渠道问题。

· 增加了全新的章末“观念应用”专题，其中有不少是针对亚洲的公司如何应对实际营销挑战的内容。

第一图书网, tushu007.com

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