第一图书网, tushu007.com

<<亚洲营销管理>>

图书基本信息

书名：<<亚洲营销管理>>

13位ISBN编号：9787300061016

10位ISBN编号：730006101X

出版时间：2004-11

出版时间：人民大学

作者：[美国] 菲利普·科特勒等著

页数：771

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

<<亚洲营销管理>>

内容概要

营销无处不在，企业可以营销商品、服务、财产、人物、地方、事件、信息乃至观念。
本书是一直畅销于亚洲地区的经典教材《亚洲营销管理》的第三版。
本版旨在帮助公司、团体和个人制定出适应于新技术和全球化的营销战略，并成功实施相应的管理。
本版的重点在于： 亚洲12个国家和地区的营销：中国大陆、中国香港、印度、印度尼西亚、日本、韩国、马来西亚、菲律宾、新加坡、中国台湾、泰国和越南； 亚洲的互联网和高科技产品的营销； 营销实践中的跨文化分析； 亚洲的关系营销和客户关系管理； 亚洲的品牌管理； 亚洲的渠道的选择和供应链管理； 亚洲的高绩效企业研究； 亚洲新型的市场公司研究； 同时，本版继续保留了以往版本的基本特点：管理向导向；分析方法；多学科的视角；广泛的适用性；亚洲视野；全面将均衡的论述。

作者简介

菲利普·科特勒，国际上公认的市场营销学权威。
他是美国西北大学凯洛格管理研究生院S.C.庄臣父子公司资助的杰出国际营销学教授，拥有芝加哥大学经济学硕士学位和麻省理工学院经济学博士学位。
　科特勒博士著有20多部颇有影响的著作，还为世界一流的刊物，如《哈佛商业评论》等撰写了100多篇论文，他是惟一得过三次“阿尔法·卡帕·普西奖”的学者，该奖项专门奖励发表在《营销学杂志》上的年度最优秀论文的作者。
　科特勒教授现任美国科学联合市场营销学会主席、美国市场营销协会理事、营销科学学会托管人、管理分析中心主任等职。
他还是许多大公司在营销战略和计划、营销组织、整合营销方面的顾问，包括IBM公司、通用电气公司、美国电话电报公司、霍尼韦尔公司、美洲银行、斯堪的纳维亚航空公司、米其林公司等。

<<亚洲营销管理>>

书籍目录

第一篇 认识营销管理 第一章 定义21世纪的营销 第二章 新纱刘中的适应营销 第三章 建立顾客满意、价值和关系第二篇 分析营销机会 第四章 通过市场导向的战略计划赢得市场 第五章 收集信息和测量市场需求 第六章 扫描营销环境 第七章 分析消费者市场和购买行为 第八章 分析企业市场与企业购买行为 第九章 参与竞争 第十章 辨认市场细分和选择目标市场第三篇 发展营销战略 第十一章 在产品生命周期中定位和差异市场供应品 第十二章 开发新的市场供应品 第十三章 设计全球市场供应品第四篇 塑造市场供应品 第十四章 建立产品和品牌战略 第十五章 设计与管理服务 第十六章 开发定价战略与方案第五篇 管理和传送营销方案 第十七章 设计和管理价值网络及营销渠道 第十八章 管理零售、批发和市场物流 第十九章 管理整合营销传播 第二十章 管理广告、销售促进、公共关系和直接营销 第二十一章 管理销售力量 第二十二章 管理整合营销努力人名索引公司/品牌索引主题索引

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