

<<城市营销战略>>

图书基本信息

书名：<<城市营销战略>>

13位ISBN编号：9787300066028

10位ISBN编号：730006602X

出版时间：2005-7

出版单位：人民大学

作者：刘彦平

页数：371

字数：319000

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>

<<城市营销战略>>

内容概要

城市营销战略是指城市根据其现有或潜在的目标市场的需求及竞争现实，甄别、发掘和创造城市的价值与利益，通过设计、生产和提供比竞争城市更能满足城市顾客特定需求的城市产品或服务，来提升城市竞争力，促进城市发展的一系列研究、计划、执行和组织控制的过程。

本书在国际前沿文献和最新实践经验的基础上，首次就城市营销战略进行了深入、系统的理论建构和实证研究，对于确立专业化的城市营销战略思维，指导城市营销实践，具有很高的参考价值。

本书适合各级政府部门，科研、咨询机构以及旅游、投资、外贸等行业的企业、商会及中介机构的领导和工作人员阅读，也可作为高校相关专业研究生或本科生的教学参考书。

作者简介

刘彦平，1969年出生于内蒙古鄂尔多斯市。
文学学士，哲学硕士，管理学博士。
现就职于中国社科院财政与贸易经济研究所。
主要著作有《市场营销学通论》、《服务营销管理》等。
已参与国家级科研课题多项，发表学术论文十余篇。
曾主持或参与多项企业及地方省市的战略及营销顾

<<城市营销战略>>

书籍目录

第一章 绪论 第一节 城市营销：城市发展战略新课题 第二节 曲径通幽：求解城市营销战略的方法 第三节 本书的研究内容、目的和意义 第二章 探索旅程的国际视野：城市营销研究综述 第一节 国外城市营销研究综述 第二节 国内城市营销研究进展 第三节 城市营销研究评价 第三章 城市营销的价值观照 第一节 城市价值与城市营销 第二节 城市价值网络与城市营销 第三节 我们现在何处：城市价值的机会分析 第四节 我们终究要去何方：城市营销的价值导向问题 第四章 战略制胜：从规划到执行 第一节 城市营销战略系统的构成 第二节 城市营销战略系统：思维原则 第三节 城市营销战略规划的“六定”要素 第四节 城市营销的“八对”组合策略 第五章 探秘组织与力量之源：城市营销治理 第一节 治理的含义及城市治理转型 第二节 城市营销治理模式与机制 第三节 城市营销治理的绩效评估 第六章 案例研究：北京，香港，汉城 第一节 案例研究说明 第二节 北京 第三节 香港 第四节 汉城（首尔） 第五节 案例比较：结论和启示 第七章 结论与相关说明 第一节 本书的主要结论 第二节 相关说明参考文献

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>