

<<营销管理>>

图书基本信息

书名：<<营销管理>>

13位ISBN编号：9787300069746

10位ISBN编号：7300069746

出版时间：2006-2

出版时间：人民大学

作者：案例选编 John Quelch教授

页数：359

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>

<<营销管理>>

内容概要

《MBA核心课案例教学推荐教材：营销管理》是“MBA核心课案例教学推荐教材”中的一本，由中国人民大学出版社与哈佛商学院出版公司联合推出，本套教材围绕MBA教学内容精选了十门课程，包括：战略管理，人力资源管理，营销管理，公司财务管理，领导学，组织行为学，供应链管理，技术与运营管理，财务报告与控制，企业、政府与国际经济。

中文版和英文版同时推出。

这套案例书凝聚了哈佛商学院教授和中国教授的共同心血，先由哈佛商学院教授从其数千个案例中进行选择、推荐，再由中国教授从推荐的案例目录中遴选并翻译，首批出版了300多个经典案例。

它将让几百、几千乃至上万个MBA用一种新的视角，适应国际化的大趋势，理解现代企业的管理方法，理性地接受信用经商的理念，推动中国经济的更大发展，引导并改善中国的管理实践。

<<营销管理>>

书籍目录

营销战略——概要(500—005)特易购公共有限公司(503—036)沃纳—兰伯特爱尔兰：Niconil(593—008) 价值创造(501—039)施乐：实时图书(599—119)意大利Omnitel Pronto公司(501—002) 市场细分：目标市场选择和产品定位(501-018) TiVoTMM(501—038) Aqualisa公司：简化一个更好的热水器(502—030) 整合营销传播(599—087)高露洁棕榄公司：Precision牙刷(593—064)走向市场(599—078) 固特异：Aquatred的推出(594—106)Avon.com(A)(503—016) Avon.corn(B)(503—041) 基于价值的定价方法(500—071)品牌和塑造品牌(503—045) 联合国儿童基金(503—032)客户管理注记(501—044)Fabtek公司(A)(592—095)Fabtek公司(B)(592—096)星巴克：传递客户服务(504—016) 持续价值(501—045) Zucamor S.A.：阿根廷的全球竞争(599—096)

<<营销管理>>

编辑推荐

本书是“MBA核心课案例教学推荐教材”中的一本，由中国人民大学出版社与哈佛商学院出版公司联合推出，本套教材围绕MBA教学内容精选了十门课程，包括：战略管理，人力资源管理，营销管理，公司财务管理，领导学，组织行为学，供应链管理，技术与运营管理，财务报告与控制，企业、政府与国际经济。

中文版和英文版同时推出。

这套案例书凝聚了哈佛商学院教授和中国教授的共同心血，先由哈佛商学院教授从其数千个案例中进行选择、推荐，再由中国教授从推荐的案例目录中遴选并翻译，首批出版了300多个经典案例。

它将让几百、几千乃至上万个MBA用一种新的视角，适应国际化的大趋势，理解现代企业的管理方法，理性地接受信用经商的理念，推动中国经济的更大发展，引导并改善中国的管理实践。

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>