

<<营销要点>>

图书基本信息

书名：<<营销要点>>

13位ISBN编号：9787301080412

10位ISBN编号：7301080417

出版时间：2004-11

出版时间：北京大学

作者：马尔科姆·麦克唐纳

页数：192

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>

<<营销要点>>

内容概要

《营销要点》无意进行理论说教，而是着力阐释营销方案的主要制定原则和具体实施步骤，从而帮助你制定出行之有效的营销方案。

《营销要点》的架构非常严密：不仅为你安排了大量有用的知识，而且还精心准备了许多测验，并提供了很多切实中肯的建议。

只要跟随作者的指引，认真汲取其中的智慧，并积极付诸实践，那么你很快就会发现，自己已经从这次愉快的阅读经历中获益匪浅：对“企业往何处去”的问题有了更为清醒的认识；提高了各类营销活动协调运作的的能力；为营销活动的连续监控找到了一个强有力的理论框架；实现了市场机会与营销资源之间的有效匹配；改善了与其他相关部门之间的沟通；明白了销量和利润从何而来；制定出了盈利能力更佳的营销战略。

<<营销要点>>

作者简介

马尔科姆·麦克唐纳教授是全球知名的营销学权威，他撰写过的著作之丰、指导过的公司之多以及门下学生数量之众，当今世界几乎无人能及。

他目前是六家公司的董事长，而且每年要花大量时间参与IBM、施乐和BP（英国石油）等世界顶级跨国公司的董事会工作，足迹遍及美国、日本、欧洲、南非、东盟和澳洲。

麦克唐纳教授同时还兼任INSIGHT市场营销及人力管理咨询公司的名誉董事长、英国克伦菲尔德管理学院副院长及市场营销学教授。

麦克唐纳教授是全世界最受欢迎的商务类图书作家之一，撰写过30多本畅销书，其中尤以《营销计划》（由英国Butterworth Heinemann出版社出版）最为著名。

截止目前，该书已出至第五版，在全球销量也已突破了25万册。

本书是它的精华本。

<<营销要点>>

书籍目录

作者手记序言前言摸底测试：企业绩效评估营销要点1 理解营销方案对系统化方法的要求战略与战术的区别思考题及参考答案营销要点2 营销方案如何与企业总体规划相适应思考题及参考答案营销要点3 战略营销方案的制定过程和营销计划营销审计SWOT分析假设制定战略管理方案的“原料”和“菜谱”思考题及参考答案营销要点4 定义市场和细分市场思考题及参考答案营销要点5 理解产品和服务思考题及参考答案营销要点6 设定营销目标和战略营销目标营销战略思考题及参考答案营销要点7 广告和销售促进战略广告战略销售促进战略思考题及参考答案营销要点8 销售战略思考题及参考答案营销要点9 价格战略思考题及参考答案营销要点10 渠道（分销和客户服务）战略思考题及参考答案营销要点11 信息和组织信息营销研究预测组织思考题及参考答案营销要点12 让营销方案发挥作用思考题及参考答案营销要点13 接下来的工作是……营销方案绩效图培训和咨询参考文献

<<营销要点>>

编辑推荐

在当今竞争激烈的商业环境中，缜密的营销方案日益受到重视。为了在商战中立于不败之地，企业的营销计划必须具有针对性、现实性、实用性和可行性。那么你的计划呢？它们能同时满足上述要求吗？如果你的答案是否定的，那么本书将助你一臂之力。

<<营销要点>>

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>