

<<营销管理实务>>

图书基本信息

书名：<<营销管理实务>>

13位ISBN编号：9787302211242

10位ISBN编号：7302211248

出版时间：2010-2

出版时间：清华大学

作者：李先国//曹献存

页数：240

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>

<<营销管理实务>>

内容概要

本书由7个单元组成，内容包括终端管理、客户服务管理、营销团队管理等市场营销管理所涉及的理念及实务专业知识，还全面介绍了汽车、房地产、服务等行业营销管理的原理、原则和方法，及其在企业经营实践中的应用，并积极探索市场营销管理的前沿理论和信息。

本书既可以看做《营销管理基础》(清华大学出版社，ISBN 978-7-302-21126-6)内容的拓展，又自成体系；既有一定的理论深度，又具有很强的可操作性。

本书取材广泛，实用性强，语言通俗易懂，具有很强的针对性和实用性。

本书不仅可作为营销认证考试指定用书，高等院校管理、营销等相关专业学生、教师和研究人员的参考用书，还可以作为各类社会培训机构和企业市场营销人员的培训用书，以及有志于从事营销工作人员的自学用书。

<<营销管理实务>>

书籍目录

第一章 终端管理 第一节 铺市 第二节 终端管理实务 第三节 通路精耕 第四节 终端拦截 第二章
服务管理 第一节 理解客户服务 第二节 客户投诉 第三节 客户满意度管理 第四节 客户忠诚度管理
三章 营销团队管理 第一节 营销团队构建 第二节 营销团队管理方法 第四章 汽车营销管理 第一节
车的基础知识 第二节 汽车营销环境 第三节 汽车市场营销 第五章 房地产市场营销管理 第一节 房
产与房地产市场 第二节 房地产市场营销的概念及特点 第三节 房地产市场营销策略 第六章 服务市场
营销管理 第一节 服务市场营销概述 第二节 服务质量管理 第三节 服务的有形展示 第四节 服务定
、分销与促销 第七章 市场营销新发展 第一节 营销模式的演变 第二节 营销新概念 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>