

<<国际市场营销高手案例分析>>

图书基本信息

书名：<<国际市场营销高手案例分析>>

13位ISBN编号：9787310029556

10位ISBN编号：7310029550

出版时间：2008-7

出版时间：南开大学出版社

作者：刘昕蓉，董妍伽 主编

页数：343

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>

## <<国际市场营销高手案例分析>>

### 前言

市场营销是种融合了人类历史各个发展阶段特点的商业行为，也是种指导整体组织行为的理念，发展到今天，已经成为一门极具价值的完善的学科。

## <<国际市场营销高手案例分析>>

### 内容概要

本书立足激情商海，撷取案例精华，以优美双语学习背景为手段，以现代营销学之父菲利普·科特勒的营销理论为基础，辅之以习题和注释，力求给予读者轻松领略营销真谛的学习快感。

全球业界精英的往事新闻，无不为读者提供了活生生的案例，播洒启迪智慧的种子。

本书特别适合那些对英语和营销学均有着浓厚兴趣的读者，整体体例也很适合教学。

通读该书，读者会发现这个世界正在变小，而我们的视域却在变大。

编者们在有限的篇幅里展现无限的营销领域，用历史的积淀和时代的特色来引领读者在现代营销实践异彩纷呈的故事中畅游。

本书共分为七大篇，26小章。

每章的内容为：首先，以英语原文营销案例为迎门主打，以期从现代营销最具代表的企业和个人经历中吸收养料，激荡脑力；其次，是单词及注解，将关键词从专业角度加以诠释，扫清阅读障碍；再次，为营销经典理论，很多观点来自现代营销学之父菲利普·科特勒的专著精华；最后是力求最大限度保留原文功能的案例汉译，令读者在纵横经典理论的同时，为精彩译文拍案叫绝。

<<国际市场营销高手案例分析>>

书籍目录

Part One Brand Building & Market Development第一篇 品牌建立与市场开拓 Chapter 1 The 10 Rules of Sam Walton (1) 沃尔玛十大经营智慧(1) Chapter 2 The 10 Rules of Sam Walton (2) 沃尔玛十大经营智慧(2) Chapter 3 Haagen—Dazs Ice—cream (1) 哈根达斯冰激凌(1) Chapter 4 Haagen—Dazs Ice—cream (2) 哈根达斯冰激凌(2) Part Two Market Analysis第二篇 市场分析 Chapter 5 Marketing Process营销过程 Chapter 6 International Products Strategy 国际产品战略 Chapter 7 Value Pricing : Offering More for Less价值定价策略：提供物美价廉的商品 Chapter 8 International Promotional Strategy 国际推销策略 Chapter 9 Foreign Rivals VS.the Chinese : If You Can ' t Beat ' Em外国对手与中国公司之争：如果你无法打败他们 Part Three Market Research & Marketing Plan第三篇 市场研究和营销计划 Chapter 10 Intemational Segmentation国际市场细分 Chapter 11 The Rise and Fall of New Coke : Whac ' S the Problem ? 新可乐的沉浮：哪里出了问题 Chapter 12 Public Policy and Ethics in Marketing Research营销研究中的公共策略和道德规范 Part Four Market Segmentation & Product Differentiation第四篇 市场细分与产品差异 Chapter 13 From Stiff Upper Lip to New British Hip--British Airways Updates Its Image and Its Fleet从“板起面孔做生意”到“展现英国新风貌”——英国航空公司整顿团队重塑形象 Chapter 14 American Airlines ' Value Pricing美航的价值定价 Chapter 15 From A—Z , Not A—B : DHL Is Far More Than Just a Carrier从A到Z, 不是从A到B：DHL的服务远非快递 Chapter 16 Fed Ex---Creating Competitive Advantage创造竞争优势——联邦快递 Part Five Online Marketing & E-Business第五篇 网上营销和电子商务 Chapter 17 A Fable Concerning Ambition有关野心的寓言 Chapter 18 T ' was the Season for E—splurging这是网购的季节 Chapter 19 The guyer Always Wins买方常胜 Chapter 20 The Meat and Potatoes of Online Shopping网购中的肉和土豆 Part Six International Marketing Strategy & Management第六篇 国际营销策略与管理 Chapter 21 Young Markets Ripe for Picking新兴市场熟瓜待摘 Chapter 22 POP ! --Stand Out in Any Crowd POP ! 出彩营销 Chapter 23 Hidden Value--How Great Companies Achieve Extraordinary Results with Ordinary People隐藏价值——伟大的公司如何用平凡的人来创造非凡的价值 Chapter 24 International Marketing Management国际营销管理 Part Seven Cultural Elements in Marketing第七篇 营销中的文化因素 Chapter 25 Business Japanese—Style营销之日本模式 Chapter 26 The Stressed Society : Americans & Time重压之下的社会：美国人与时间 Vocabulary References

章节摘录

Chapter 1 The 10 Rules of Sam Walton (1) I. Case Study: Rule #1 Commit Yourself to Achieving Success and Always Be Passionate  
Main Idea Sam Walton was absolutely committed to doing whatever it took to achieve his dreams. He often went to work at 4:00 AM so that he could review the previous days sales reports and do some quality thinking before the rest of his executive team arrived and got into action. To achieve your dreams, you've got to be willing to put in an above-average effort.

## <<国际市场营销高手案例分析>>

### 编辑推荐

《国际市场营销高手案例分析》(英汉对照)特别适合那些对英语和营销学均有着浓厚兴趣的读者，整体体例也很适合教学。

通读该书，读者会发现这个世界正在变小，而我们的视域却在变大。

编者们在有限的篇幅里展现无限的营销领域，用历史的积淀和时代的特色来引领读者在现代营销实践异彩纷呈的故事中畅游。

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>