第一图书网, tushu007.com

<<煤炭企业精益营销管理模式理论与实践>>

图书基本信息

书名：<<煤炭企业精益营销管理模式理论与实践>>

13位ISBN编号：9787502036768

10位ISBN编号：7502036768

出版时间：2010-7

出版时间：煤炭工业出版社

作者：孙正启，牛光锋 著

页数：193

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

内容概要

《煤炭企业精益营销管理模式理论与实践》在定义精益营销以及精益营销模式概念的基础上，提出了精益营销模式管理过程，运用管理科学、市场营销的相关理论和方法，分析研究了精益营销价值链产品、渠道、服务价值剖析等问题，构建了基于精益思想的企业精益营销模式。
全书以新汶矿业集团精益营销模式设计为例，探讨了构建煤炭企业精益营销模式的七个部分：企业战略定位、精益品牌营销建设、精确煤炭市场定位、精良煤炭产品设计、精准煤炭产品定价、精益营销渠道以及识别服务价值流问题；研究了煤炭精益营销实施的保障条件：合理的组织机构、企业信息化建设和持续改善的循环管理；研究了精益营销综合评价指标，设计了精益营销评价指标体系，并运用模糊综合评价方法建立了精益营销综合评价模型，对评价模型中的指标权重、隶属度的确定方法以及合成算子选择等进行了研究。
最后提出煤炭企业未来的四大营销模式：绿色营销、循环营销、精益合作营销和精益直销营销模式。

书籍目录

第一章　市场营销学的产生与发展第一节　营销革命与市场营销的产生第二节　市场营销学的理论基础第三节　市场营销学的概念体系第四节　现代市场营销学的创新与发展第五节　煤炭企业市场营销学的现状分析第二章　精益思想与精益管理第一节　精益思想的产生与发展第二节　精益管理第三节　精益管理对我国企业的启示第四节　实践中的精益哲学思想第三章　企业精益营销第一节　精益营销的提出与概念第二节　精益营销的内涵与特征第三节　精益营销价值链的分解剖析第四节　精益营销模式理论第五节　精益营销模式的构建第六节　企业营销管理的精益化第四章　新汶矿业集团营销现状分析第一节　新汶矿业集团概况与竞争环境第二节　新汶矿业集团营销现状与特色第三节　新汶矿业集团精益营销模式可行性分析第五章　新汶矿业集团精益营销模式设计第一节　基于精益思想的企业营销战略第二节　精益的品牌营销建设第三节　精确的煤炭市场定位第四节　精良的煤炭产品设计第五节　精准的煤炭产品定价第六节　精益的营销渠道第七节　识别服务价值流第六章　新汶矿业集团精益营销实施保障第一节　精益营销实施成功的关键因素第二节　实施精益营销企业的组织机构第三节　精益营销的信息化建设第四节　实施管理循环与持续改善第七章　精益营销模式倡导与展望第一节　精益绿色营销第二节　精益循环营销第三节　精益合作营销第四节　精益直效营销参考文献

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