第一图书网, tushu007.com

<<大师论营销>>

图书基本信息

书名：<<大师论营销>>

13位ISBN编号：9787508036373

10位ISBN编号：7508036379

出版时间：2005-1

出版时间：华夏出版社

作者：科马里 编

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

本书首先以“营销学简介”的形式探讨了营销学领域的关键概念和框架。

我们提醒读者注意这些关键的营销学概念，是为了让读者在阅读各个大师的贡献时能把这些概念和框架定位在营销学领域内来理解。

每章末尾都会给出一个清单，强调从每位大师身上学到的重要经验。

本书是最权威的大师、最经典的解读，一部精华版的营销演进史。

作者简介

译者：邵丹 邬金涛 燕清联合传媒管理咨询中心 编者：(美国)科马里 (Kermally Sultan) 沙尔坦·克默尼(Sultan Kermally)是“ 特许营销师 ”以及“ 特讲营销学会 ”的会员。
他拥有地理、经济学、社会学和法律的学位，以及营销、财务和会计以及延续教育的文凭。
　沙尔坦整个职业生涯都是从事管理教育和管理发展工作。
沙尔坦在欧洲管理中心和经济学家集团工作期间，花了相当多的时间直接与许多管理大师诸如彼得·德鲁克、迈克尔·波特、菲利普·科特勒、汤姆·彼得斯和理查德帕斯等人一起工作。
　他已经出版了8部著作，其他包括两本知识管理方面的著作。

<<大师论营销>>

书籍目录

导论 战略和营销之间的关系 大师的影响力 重量级大师 本书的结构安排第1章 营销理论基础 营销理论的演进 营销学核心概念 营销准则25条第2章 彼得·德鲁克 为何称他为营销大师？
 彼得·德鲁克从何着手的呢？
 视顾客为决策者 其他营销大师和学者对德鲁克营销理论贡献的评价 德鲁克的代表作 从彼得·德鲁克身上我们学到：总结第3章 西奥多·莱维特 营销“ 短视 ” 产品生命周期 差异化 市场全球 从西奥多·莱维特身上我们学到：总结第4章 迈尔尔·波特 波特的五种竞争力与市场营销 如何进行竞争对手分析 波特的价值链与市场营销 波特的一般战略理论 差异化和细分 波特的国家钻石理论 波特的主要著作 从迈克尔·波得身上我们学到：总结第5章 菲利普·科特勒 科特勒谈营销管理 营销的本质和重要性 分析市场环境 开发、测试和推广新的产品和服务 科特勒对战略性营销的观点 科特勒的主要著作 从菲利普·科特勒身上我们学到：总结第6章 汤姆·彼得斯第7章 乔治·戴伊第8章 杰格迪什·谢斯第9章 托马斯·内格尔第10章 大师和战略分析工具第11章 延伸阅读索引表

第一图书网, tushu007.com

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