第一图书网, tushu007.com

<<营销管理案例>>

图书基本信息

书名：<<营销管理案例>>

13位ISBN编号：9787561828021

10位ISBN编号：7561828020

出版时间：2008-12

出版时间：天津大学出版社

作者：吴晓云　主编

页数：261

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

前言

为配合工商管理市场营销课程的教学，我们编著了这本《营销管理案例》，以期建立一个教学中交流和学习的平台，并不断丰富案例教学的手段与方法。

工商管理的教与学从来不能脱离实践而存在，现代市场营销学作为一门关于企业营销管理的实践性很强的学科，更是如此，为了使学生在理解和掌握市场营销的基本理论、技术、方法的同时，能够比较熟练地分析企业内外环境，为企业找出问题，抓住机遇，做出科学、准确、合理的营销决策，我们采用了案例教学法，收到了良好效果。

案例教学法将案例作为工具，使学生进入企业特定的管理情景和管理过程，有机会处于决策者的地位，设身处地去处理或解决企业市场营销所面临的问题。

一个典型的案例是对企业营销问题的真实描述，包括管理人员在制定营销决策时所依据的事实、观点甚至是偏好。

案例教学法是把案例中所涉及的所有问题交给学生去分析研究，以做出营销诊断，即找出各种可供选择的解决问题的方案，并从中筛选出最佳方案。

显然，在市场营销学的学科中进行案例教学，不仅可以使学生在模拟环境下以极小的风险来培养和发展自己分析问题和解决问题的能力，为今后工作中的问题思考提供线索和灵感，而且可以培养学生严谨求实的态度。

总之，无论从哪个角度讲，案例教学法都具有十分重要的意义。

然而，在国内工商管理市场营销教学中，多年来普遍存在的一个问题是缺乏高质最的、适合该专业层次教学研究需要的案例。

现有的案例大部分仍停留在“ 范例式 ”方法的阶段，即结合所讲授的原理，列举一个带有结论性的成功或失败的案例加以说明。

这种范例式的方法对理解基本原理有用，对培养学生分析问题和解决问题的能力却意义不大。

更确切地说，范例式教学对初学者虽具有一定的适用性，但对工商管理专业的市场营销教学已经显得比较浅显，远远不能满足该专业教学和研究的要求。

工商管理的培养目标决定了其教学中所使用的案例应是综合性和决策性的案例。

所谓综合性，是指要把解决营销问题、进行营销决策放在整个企业管理的大框架下进行。

因为企业市场营销不是一个孤立的问题，它与企业的财务管理、生产管理等部门或系统紧密相连。

可以设想，没有一个良好的公司财务管理系统的支持和保障，市场营销战略的实施将难以保证。

所谓决策性，是指学生在案例中可参与的能动性和进行实际营销决策的程度。

显然，从这两方面的内容和要求来看，范例式的市场营销案例是远远不够的。

内容概要

本书是为配合工商管理专业市场营销课程的教学而编著的，以期不断丰富案例教学的方法和手段。
本书分为三篇：第一篇的案例侧重研究企业市场营销理念的定位与宣传，第二篇的案例侧重分析和研究企业的战略计划和市场营销管理过程，第三篇的案例主要研究企业的市场营销战略和战术管理。
　本书案例的新颖设计和内容安排，可以让不同层次的案例使用者在角色扮演或情境模拟中感受案例发生的具体环境；通过讨论和分析，案例使用者也可以有效提高融会贯通解决问题的能力。
本书不仅适合工商管理专业市场营销课程的教学要求，而且对企业的市场营销实践也具有很重要的参考和借鉴价值。

作者简介

吴晓云，南开大学商学院教授，博士生导师，中国高校市场学研究会常务理事，中国市场学会常务理事。
长期从事市场营销学领域的教学和科研工作，先后出版专著、译著10余部，在经济管理类权威期刊、CSSCI核心期刊《管理世界》、《管理科学学报》、《南开管理评论》发表论文60余篇。
其多部专著和多篇论文获得了国家级和省部级奖励。
2002年后主持国家自然科学基金资助项目2项：《加入WTO我国企业全球营销战略模式的选择及测度指标》（2003--2005）、《跨国服务企业全球营销战略模型的创设及其应用》（2006--2008）。
2006年3月，由她主持的市场营销管理课程被评为国家精品课程。
她还先后与香港理工大学中国商业中心、香港城市大学商学部合作进行“中外合资企业管理效益研究”、“中国酒店业合作伙伴关系研究”等；多次应邀参加中国、美国、日本等国家和地区举办的重要学术会议，就全球营销和服务营销的研究发表主题学术演讲。

近年来主要关注跨国公司全球营销战略及策略问题，代表性的著作有：《WTO与全球营销管理——理论、模式与实证研究》、《中国跨国公司全球营销战略——理论模型、检验指标及其实证研究》。
论文包括：“全球营销及其背景下的竞争新战略”、“论加入WTO后中国大型连锁零售业面临的发展环境及战略构想”、“跨国经营：全球品牌战略及其本土化管理”、“全球营销战略模型的检验指标创建及其实证检验——以60家‘世界500强’在华跨国公司的实证检验为例”、“基于CGMS模型的中国跨国公司全球营销战略研究——97家中国跨国公司的实证调研”等。

<<营销管理案例>>

书籍目录

第一篇 市场营销管理理念 案例1 奔驰“三叉星”——高品质理念的象征 案例2 沃尔玛——天天平价，保证满意 案例3 雀巢在你的生活中 案例4 让客户满意是思科最重要的事 案例5 宜家家居——简简单单创造美好生活第二篇 战略计划与市场营销战略管理 案例1 康柏的故事——技术永远跟随市场 案例2 童话的破灭——欧洲迪斯尼 案例3 摩托罗拉天津芯片厂业务单位战略计划评价 案例4 吉姆•斯麦克公司——成功在握 案例5 化学添加剂公司：面临新挑战 案例6 伽托雷德饮料的卫冕战 案例7 北京全聚德集团的发展战略 案例8 济钢低成本战略实施 案例9 TCL进军国际市场第三篇 市场营销管理过程 案例1 移动、联通在天津通信服务市场的竞争博弈 案例2 走向世界的海尔——海尔的品牌建设之路 案例3 “好产品，好主意”——丰田营销战略 案例4 “烧不死的鸟才是凤凰”——成长中的华为 案例5 李宁——一切皆有可能 案例6 美国易捕公司：捕鼠器行业的重要角色 案例7 联通如何选择CDMA的目标市场与产品定位 案例8 营销巨人P&G启示录——以中国市场为例 案例9 香烟能否进入无烟时代——RJR公司的困惑 案例10 摩托罗拉A780和A1200产品策略 案例11 非常可乐的非常之路 案例12 华晨汽车让市场说话 案例13 脑白金营销制胜 案例14 宝洁的多品牌营销管理 案例15 联想与戴尔的渠道策略分析 案例16 舒蕾终端制胜 案例17 宝洁SK-II事件 案例18 蒙牛“超女”事件营销

章节摘录

案例1　奔驰“三叉星”——高品质理念的象征　[摘要]奔驰汽车誉满天下，无论是在个人消费市场上，还是在产业市场上，奔驰汽车都广受推崇。
本案例在对奔驰汽车的定位及产品品质分析的基础上，阐述了奔驰公司如何将开创者对高品质追求的理念融入企业文化中，并通过一系列的营销管理活动更好地打造和维护“奔驰”这个卓越品牌。
奔驰汽车以品质吸引消费者，以服务感动消费者，真正将汽车的核心价值传递给目标客户，不追求华丽的销售策略，让消费者在安全、环保、舒适中去感受奔驰的魅力。
相关理论焦点　顾客价值理论　市场定位理论　营销组合理论　危机公关理论　讨论问题焦点　顾客价值的清晰定位　顾客价值理念的企业内部塑造　顾客价值理念的外部营销推广　据新华网2008年1月2日报道，2008年1月，中国国家大剧院、梅赛德斯-奔驰（中国）汽车销售有限公司、北京奔驰-戴姆勒?克莱斯勒汽车有限公司共同举行了新闻发布会，宣布梅赛德斯-奔驰与作为中国最高表演艺术中心、首个国家级艺术中心的国家大剧院正式建立战略合作伙伴关系，梅赛德斯-奔驰被授予“国家大剧院战略合作伙伴”以及“国家大剧院指定用车”称号，以共同推动中国文化艺术事业的发展与繁荣。
由此，梅赛德斯．奔驰成为国家大剧院第一家战略合作伙伴，同时也是首个以及唯一与国家大剧院开展合作的汽车品牌，奔驰汽车也将成为国家大剧院的指定贵宾用车。
奔驰公司总部设在德国斯图加特，全球拥有员工18.5万人，平均年产汽车约60万辆，在世界10大汽车公司中，奔驰公司产量最小，但它的利润和销售额却名列前五名，在全球有640万客户拥有大约950万辆梅赛德斯-奔驰轿车。
2001年，梅赛德斯-奔驰售出1113000辆汽车，连续6年打破销售纪录，在全球豪华汽车品牌竞争中依旧占据领导地位。

编辑推荐

全书以新颖、独特的视角，深入探寻了企业市场营销和理的特征和规律，系统阐述了市场营销的经典理论和前沿发展，融合了全球营销、关系营销、体验营销等最新营销学科，并编写了丰富的典型案例，兼顾了高等院校营销管理教学需要和企业经营实践的理论需求。

国际市场营销学教程　　全书囊括了现代国际市场营销学的基本理论和具人代表性的成熟观点，按照战略、策略和实施的步骤，形成一个完整的理论体系。
每章结合从最新的国际商务资料中获取的案例加以阐述，适用于国际市场营销学理论的学习，也可作为企业管理人员的参考用书。

服务营销和理　　全书结合服务营销领域中北欧和北美两大学派的研究成果，系统阐述了现代服务营销理论的最新进展，并增加了服务文化管理、整合服务管理和全球服务营销等营销专题的最新研究成果。

营销和理案例　　全书以市场营销学的理论体系框架为基础，以相应的营销主题为主线来收集、选编经典的、新颖的营销案例，涵盖了市场营销学的主要内容及新领域和新主题，以教师教学及学生自学都极有价值。

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