

<<财务部员工必备手册>>

图书基本信息

书名：<<财务部员工必备手册>>

13位ISBN编号：9787801289650

10位ISBN编号：780128965X

出版时间：2007-8

出版时间：中国言实

作者：刘国宁，肖家主笔

页数：332

字数：483330

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>

<<财务部员工必备手册>>

内容概要

公司员工职业化，是全球企业发展的大趋势。

所谓职业化，就是要求每一个部门的员工成为所在部门的内行或专家。

员工要想成为职业化的人才，必须善于学习专业知识并加以运用。

这是一套专为公司核心部门员工编写的最新工作手册，由著名管理学专家刘国宁、肖家执笔。本手册阐述了最新最有效的营销理念与模式，并针对员工工作实际，着重介绍了基础理论与实用知识，旨在有效指导广大员工日常工作实践，是公司核心部门员工必不可少的工具书。

<<财务部员工必备手册>>

书籍目录

第一章 市场营销的定位 第一节 市场营销定位的概念 第二节 市场营销定位方法 第三节 市场营销定位的对象 第四节 市场营销定位的制胜法宝第二章 市场分析及目标市场确定 第一节 必须掌握的市场分析方法 第二节 目标市场的确定第三章 市场需求与预测分析方法 第一节 市场需求分析 第二节 市场需求预测 第三节 应了解的市场需求预测方法第四章 营销战略规划 第一节 市场营销战略概述 第二节 制定营销计划的方法和内容 第三节 销售区域划分理念第五章 产品定位策略 第一节 产品价格定位 第二节 产品性能定位 第三节 产品其他定位 第四节 产品品牌定位策略第六章 产品寿命及新产品决策 第一节 产品经济周期 第二节 不同阶段的营销策略 第三节 市场营销中的新产品 第四节 新产品开发的几个阶段 第五节 产品“试销”与销售预测 第六节 消费者对新产品接受的过程 第七节 影响创新产品被认知的因素第七章 产品、品牌及包装对营销战略的影响第八章 对人员推销的管理第九章 营销调研及信息管理第十章 营销渠道管理第十一章 广告促销决策第十二章 促销决策第十三章 竞争分析与决策第十四章 客户管理第十五章 新的市场营销理念第十六章 营销实施与控制第十七章 整合营销战略第十八章 营销关系网

<<财务部员工必备手册>>

编辑推荐

《财务部员工必备手册》是一套专为公司核心部门员工编写的最新工作手册，由著名管理学专家刘国宁、肖家执笔。

是一套专为公司核心部门员工编写的最新工作手册，由著名管理学专家刘国宁、肖家执笔。

<<财务部员工必备手册>>

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>