

<<营销经理手册>>

图书基本信息

书名：<<营销经理手册>>

13位ISBN编号：9787801472779

10位ISBN编号：7801472772

出版时间：1999-11

出版时间：企业管理出版社

作者：牛海鹏

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>

<<营销经理手册>>

内容概要

简介

如何在竞争如此激烈的环境中，发现潜在市场，掌握商机，适时创新，求得生存与发展？

如何使企业的决策风险降至最低，增加商战的胜数？

这越来越需要理性的分析与规划。

因此，企业必须有具备专业营销水平的部门——市场部承担这一重任。

在国外，市场部早已是举足轻重的部门；而在中国，虽然也有一些大的公司成立市场部，其良好的运作证明了市场部设立的必要性，但大多数企业没有意识到市场部的重要性，有的虽然设立了市场部，却不知如何组织和运作，不少企业迫切需要这方面的指导和帮助。

<<营销经理手册>>

书籍目录

目录

导言 市场营销的艺术与科学

第1章 成为杰出的营销经理

1.1 市场营销在现代企业经营中的地位

1.2 营销部门的职责与营销经理的职责

1.3 营销部门的组成及岗位职责

1.4 对营销组织结构设计的特别建议

1.5 部门间配合与岗位间配合

1.6 成为一名出色的营销经理

第2章 营销信息系统的建设与管理

2.1 营销信息系统的建设

2.2 营销调研工作策划与管理

2.3 营销信息的管理

第3章 营销战略策划与年度营销计划

3.1 如何理解营销战略策划与年度营销计划

3.2 营销策划的流程

3.3 营销战略规划

3.4 制定年度营销计划

第4章 产品策划

4.1 产品策划的基本内容

4.2 新产品开发与上市

4.3 产品策划与管理的几个重要问题

4.4 产品价格企划

第5章 分销渠道（通路）策划

5.1 为什么渠道特别重要

5.2 渠道设计策划

5.3 渠道管理

5.4 无店铺销售

5.5 渠道战略的实践要点

第6章 市场推广策划

6.1 市场推广：是什么？

为什么？

谁来执行？

6.2 整体市场推广策划

6.3 广告策划

6.4 销售促进策划

6.5 公关策划与人员推销策划

6.6 销售现场推广策划

第7章 营销经理必备的技能与工具

7.1 如何提升营销执行水准

7.2 如何绩效评估

7.3 如何营销审计

7.4 如何成本控制

7.5 如何与外部机构合作

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>