

<<营销管理创新研究>>

图书基本信息

书名：<<营销管理创新研究>>

13位ISBN编号：9787801629395

10位ISBN编号：7801629396

出版时间：2004-7-1

出版时间：经济管理出版社

作者：周荣森,权锡鉴

页数：319

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>

<<营销管理创新研究>>

内容概要

近些年来，随着大量介绍西方先进的管理学译著以及研究国内最前沿问题论著的不涌现，国内管理研究取得了突飞猛进的进展。

理论的发展是实践的必然要求，但是，从各观上讲，我国工商管理学科发展还滞后于管理实践。

随着我国经济体制改革的深化，国内企业更我地参与激烈的市场竞争，这就对企业管理实践提出了更高的要求。

社践既呼唤着管理学科进一步的发展与繁荣，又为其发展创造了条件；同时，理论和实践也是互动的，工商管理学科的新发展必将推动企业管理创新能力的提高。

本书的作者是多年从事教学、科研的第一线人员，科研、教学能力突出，而且都要根据自己的经验有感而发，理论与初中相结合，对深化教学、科研均有裨益。

<<营销管理创新研究>>

作者简介

权锡鉴，男，1961年11月生，山东烟台市人。

1983年毕业于山东曲阜师范大学，现为中国海洋大学管理学院副院长，营销与电子商务系主任、教授

。主要研究方向为：企业制度比较、企业运行机制设计、营销理论。

1982年以来，出版学术专著3部，发表学术论文80余篇。

<<营销管理创新研究>>

书籍目录

1 基于信息不对称的营销理论 1.1 市场营销理论回顾 1.2 基于信息不对称的市场营销分析框架 1.3 信息不对称下的营销组合 1.4 信息不对称下的关系营销2 顾客满意：营销管理的核心理念 2.1 顾客满意与顾客满意度 2.2 顾客满意度指数模型 2.3 顾客满意度指数测量 2.4 我国的顾客满意度指数 2.5 实施顾客满意经营3 营销战略分析 3.1 营销战略的属性 3.2 营销战略设计 3.3 营销战略执得与控制4 消费者行为与营销管理 4.1 消费者行为与营销管理 4.2 消费者行为的多元分析 4.3 消费者决策过程分析 4.4 消费者得为与新型营销管理5 市场结构与企业定价策略 5.1 基于不同市场类型企业价格的经济分析 5.2 不同市场结构下的企业定价策略 5.3 企业定价策略原则与方法6 品牌管理 6.1 品牌战略 6.2 品牌塑造 6.3 品牌管理 6.4 地域、文化与细分市场的品牌管理7 营销组织与营销渠道设计 7.1 营销组织类型与营销组织设计 7.2 营销渠道系统 7.3 营销渠道设计 7.4 营销渠道管理8 电子商务与网络营销 8.1 电子商务与企来动营模式 8.2 电子商务下的互联网营销 8.3 市场式营销组保策略的创新 8.4 我国互联网营销的发展现状和前景9 客户关系管理 9.1 客户关系管理概述 9.2 如何进行客户关系管理 9.3 CRM系统的黄型功能 9.4 CRM与分销渠道管理 9.5 CRM系统的实施路径 9.6 CRM实施风险分析 9.7 CRM实施成功的要素 9.8 CRM的未来之路10 销售管理

<<营销管理创新研究>>

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>