

<<中国企业营销案例选粹>>

图书基本信息

书名：<<中国企业营销案例选粹>>

13位ISBN编号：9787801812087

10位ISBN编号：7801812085

出版时间：2004-1

出版时间：中国商务出版社

作者：陈风强 编

页数：240

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>

<<中国企业营销案例选粹>>

内容概要

《中国企业营销案例选粹》提供了大量的中国企业的营销案例，旨在为读者和学生们提供处理和解决企业及营销机构所面临的问题的解决方案。

它具有如下特点： 1、鲜明的中国特色和时代特征。

中国有五千年的文化积淀，思维方式及价值观与西方差异较大，这些案例表现的多为近年来发生在企业界的重大事件，表明中国企业家的决策方式，其智慧确有不输西方同行之处，有助于了解中国企业经营特点及其发展趋势。

2、覆盖面较大，涉及行业众多，组织形式不一，成功与失败的案例均有涉猎，希望对研究中国的企业如何加入WTO后的挑战，有所裨益。

3、难度层次渐进，备有解条示范及相关知识资料，便于学习。

《中国企业营销案例选粹》供具备营销学基础知识的高等职业院校学习作教材使用，也可供大中专院校相关专业学习使用及做教师参考用书。

<<中国企业营销案例选粹>>

书籍目录

范例篇案例1 百事可朱，每瓶1元——布拉松的选择案例2 青啤淮海攻略案例3 百年青啤终成大业案例4 丹江铝业 营销观念之变案例5 金娃“社会营销”理念 挑战喜之郎案例6 准确定位“金帝”杀出重围案例7 万客隆物定位市场营销案例8 联想昭阳的定价策略案例9 联想笔记本电脑的三次跨越案例10 西派克公司出口业务拓展分析案例11 “婷美——内衣营销新思路”案例12 力帆“球”胜越南案例13 浣发商战风云录案例14 奇强“横扫农村”“进攻城市”案例15 洗衣粉市场反复博弈 江山另排位次案例16 “掌上乾坤”大斗法（上）案例17 “掌上乾坤”大斗法（下）案例18 中美史克从头再来研究篇案例19 苏必得的情感化历程案例20 吉利逆流而上的“鲶鱼”案例21 木桶理论、口碑效应与光磊采暖炉的营销案例22 肯德基与麦当劳：谁是中国快餐“巨无霸”案例23 空调营销渠道模式比较研究案例24 虚拟经营“意丹奴”案例25 温州打火机的辉煌与尴尬案例26 搜狐营销案例27 联合利华 行销中国案例28 奥克斯“沸腾的事业 冷静的支持”案例29 走“中国制造”的新路案例30 中粮集团的强者之路案例31 史玉柱借“脑白金”重出江湖案例32 史玉柱东山再起内幕案例33 “可采”边缘营销取胜案例34 海尔国际化——扎根美国案例35 V26越来越“瘦”案例36 从营销战略上目的地美厨集团的兴衰案例37 两度“标王”奏池走向衰落

<<中国企业营销案例选粹>>

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>