第一图书网, tushu007.com

<<非营利组织营销>>

图书基本信息

书名：<<非营利组织营销>>

13位ISBN编号：9787300091556

10位ISBN编号：7300091555

出版时间：2008-5

出版时间：中国人民大学出版社

作者：吴冠之 编

页数：337

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

内容概要

第1章比较系统地介绍了非营利组织营销的定义与分类，并讨论了非营利组织的演进、地位及其营销特点。
第2章阐述了非营利组织的营销导向及其管理特征、非营利组织的协调营销、质量标准与绩效衡量等问题。
第3章重点讨论了非营利组织的营销规划，即组织如何确定营销目标，并制定、执行与控制相应的营销战略。
第4章就影响非营利组织营销的宏观环境与微观环境进行了分析。
第5章讨论了有关营销研究的本质和类型，并系统介绍了营销研究的过程和方法。
第6章阐述了目标市场营销战略，包括市场细分、目标市场选择及市场定位。
第?章介绍了非营利组织产品和服务的特点与类型，并就产品生命周期进行了分析。
第8章讨论了非营利组织的定价与成本管理问题，并介绍了市场对价格的影响以及相应的定价策略。
第9章涉及营销渠道的性质与任务、职能与流程、渠道层次、渠道成员选择与渠道控制等问题。
第10章重点讨论了沟通过程与沟通模式，并分别从广告、促销、人员推销和公共关系等方面介绍了主要的沟通组合策略。
第11章就非营利组织募捐与营销的联系、募捐规划与策略、募捐绩效评估等内容进行了相关的论述。
第12章则重点关注非营利组织的志愿者招募、志愿者管理、志愿者绩效评估以及志愿者的培训与发展等方面的管理问题。
第13章是此次修订新增的内容，即非营利组织的竞争与合作。
这一章讨论了有关非营利组织的竞争问题，从竞争的角度审视了非营利组织的地位及战略，并在此基础上介绍了非营利组织的合作问题，以便读者了解有关非营利组织竞争与合作的某些特点。

<<非营利组织营销>>

书籍目录

第1章　非营利组织营销概述　1.1　导论　　1.2　非营利组织的定义　　1.3　非营利组织的演进　1.4　非营利组织分类　　1.5　非营利组织的地位　　1.6　非营利组织营销的特点　第2章　营销导向及其管理特征　　2.1　营销需求　　2.2　交换的特性　　2.3　非营利组织的营销导向　　2.4　市场营销和销售　　2.5　营销协调　　2.6　非营利组织质量标准　　2.7　塑造良好形象　　2.8　非营利组织的绩效衡量　第3章　营销规划　　3.1　营销规划的发展　　3.2　营销规划程序　　3.3　确定组织的宗旨及目标　　3.4　SWOT分析　3.5　确定营销目标　3.6　制定营销战略　3.7　制定营销计划　3.8　执行营销计划　3.9　评估营销结果第4章　市场营销环境　4.1　市场营销与环境　4.2　营销环境扫描　4.3　社会因素　4.4 文化因素　　4.5　技术因素　4.6　经济环境　4.7　政治与法律环境　4.8 自然环境　4.9　非营利组织营销的微观环境第5章　营销研究　5.1 营销研究的定义　5.2　营销研究的类型　5.3　营销研究规划　5.4　营销研究过程第6章　目标营销　6.1 目标营销　6.2　市场细分　6.3 目标市场选择　6.4　市场定位第7章　产品和服务策略　7.1　产品和服务　7.2　整体产品概念　7.3　产品组合　7.4　服务及其分类　7.5　服务产品设计　7.6　产品生命周期分析　7.7　产品生命周期各阶段的战略第8章　定价策略第9章　营销渠道管理第10章　促销组合第11章　募捐第12章　志愿者管理第13章　非营利组织的竞争与合作附录A　非营利组织国际化分类（ICNPO）细表附录B　比较数据表参考文献

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