

<<产业集群营销管理研究>>

图书基本信息

书名：<<产业集群营销管理研究>>

13位ISBN编号：9787308086974

10位ISBN编号：7308086976

出版时间：2011-6

出版时间：浙江大学出版社

作者：朱建荣

页数：232

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>

<<产业集群营销管理研究>>

内容概要

产业集群已成为浙江经济的主要发展模式。

本项研究将综合运用产业集群理论和市场营销理论，对浙江产业集群营销进行系统研究，分两部分展开：产业集群营销管理理论和浙江产业集群营销管理。

产业集群营销管理理论研究论题主要有：产业集群营销理念、产业集群营销动力机制、产业集群营销优势来源及其培育、产业集群营销模式和产业集群营销管理模式。

浙江产业集群营销管理研究论题主要包括：全球价值链战略、竞争战略、品牌战略、联合促销策略、营销渠道、集群企业营销绩效和集群营销治理。

《产业集群营销管理研究》由朱建荣编著。

<<产业集群营销管理研究>>

书籍目录

- 第一章 产业集群营销管理理论
 - 第一节 产业集群营销的提出
 - 第二节 产业集群营销概述
 - 一、产业集群及其营销管理
 - 二、产业集群营销战略
 - 三、产业集群营销策略
 - 四、产业集群营销组织
 - 第三节 产业集群营销理念：合作营销
 - 一、合作营销的定义
 - 二、合作营销的特征
 - 三、合作营销效应
 - 四、合作营销的组织形态
 - 五、合作营销影响因素
 - 六、合作营销管理
 - 七、合作营销实现方式
 - 八、合作营销模式
 - 第四节 产业集群营销的动力机制
 - 一、浙江产业集群营销动力来源
 - 二、浙江产业集群式营销动力主体
 - 第五节 产业集群营销优势来源及其培育
 - 一、产业集群营销优势及其形成机理
 - 二、产业集群营销优势的培育
 - 第六节 产业集群情景下的营销模式
 - 一、产业集群情景下的合作营销模式
 - 二、合作营销模式的运作
 - 三、营销组织创新
 - 四、营销技术创新
 - 五、结论
 - 第七节 产业集群营销管理模式
- 第二章 浙江产业集群价值链战略
 - 第一节 全球价值链与产业集群
 - 一、全球价值链含义
 - 二、产业集群与全球价值链的相关性
 - 三、发展中国家地方产业集群转型升级研究
 - 第二节 浙江产业集群嵌入全球价值链战略
 - 一、浙江产业集群产业链发展现状
 - 二、浙江产业集群沿着全球价值链向高端环节升级
- [产业集群营销在浙江2—1] 浙江鞋业拓展国际市场势力的模式分析
- [产业集群营销在浙江2—2] 浙江发展战略性新兴产业战略
- 第三章 浙江产业集群竞争战略
 - 第一节 产业集群竞争研究
 - 一、产业集群竞争力构成要素
 - 二、产业集群竞争力影响因素
 - 三、产业集群竞争优势及其来源
 - 四、产业集群竞争优势培育

<<产业集群营销管理研究>>

五、产业集群持续竞争优势的建立

第二节 浙江产业集群竞争战略分析

- 一、浙江产业集群竞争优势分析
- 二、浙江产业集群竞争劣势分析
- 三、浙江产业集群竞争优势培育战略建议

[产业集群营销在浙江3—1] 浙江省政府加快推进块状经济向现代产业集群转型升级

第四章 浙江产业集群品牌战略

第一节 产业集群品牌研究

- 一、产业集群品牌内涵
- 二、产业集群品牌的形成与发展
- 三、产业集群品牌的潜在风险与效用

第二节 浙江产业集群品牌建设研究

- 一、浙江产业集群品牌建设特点
- 二、浙江产业集群品牌建设存在的问题
- 三、浙江产业集群品牌建设策略研究

[产业集群营销在浙江4—1] 温州鞋业集群品牌建设

第五章 浙江产业集群联合促销策略

第一节 产业集群联合促销研究

- 一、企业之间的联合促销
- 二、产业集群联合促销的主体及方式
- 三、推进产业集群联合促销的措施

第二节 浙江产业集群联合促销策略分析

[产业集群营销在浙江5—1] 义乌国际小商品博览会

[产业集群营销在浙江5—2] 宁波国际服装节

第六章 浙江产业集群营销渠道研究

第一节 产业集群营销渠道研究

- 一、产业集群营销渠道含义
- 二、产业集群营销渠道结构研究
- 三、产业集群营销渠道模式选择研究

第二节 浙江产业集群国内营销渠道研究

- 一、浙江产业集群分销渠道模式
- 二、浙江专业市场商业模式创新研究

第三节 浙江产业集群跨国营销渠道控制研究

- 一、文献回顾
- 二、理论分析框架
- 三、浙江案例
- 四、结论

[产业集群营销在浙江6—1] 我国企业向价值链下游拓展以形成国际市场势力的三类途径

[产业集群营销在浙江6—2] 并购背后是境外渠道战

第七章 浙江产业集群企业营销绩效研究

第一节 企业营销绩效文献回顾

- 一、从财务结果评价到非财务结果评价
- 二、从产出评价到投入评价
- 三、从单维指标评价到多维指标评价

第二节 产业集群情景中企业营销绩效评价模型

- 一、指标体系的构建原则
- 二、指标体系的初步提出

<<产业集群营销管理研究>>

三、德尔菲法对指标体系的修正

四、实证方案设计

五、层次分析法(AHP)对指标体系权重的确定

第三节 浙江产业集群企业营销绩效分析

第八章 浙江产业集群营销治理研究

第一节 问题提出与文献回顾

第二节 契约类型：正式契约与关系型契约

第三节 产业集群契约属性与治理模式

一、关系型契约——社会机制——自我治理模式

二、市场型契约——权威机制——第三方治理模式

第四节 浙江实证：一个产业集群合作营销角度

一、自我治理模式及其局限性

二、第三方治理具体模式

三、第三方治理模式发展趋势分析

[产业集群营销在浙江8—1] 温州民间商会

<<产业集群营销管理研究>>

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>