

<<市场营销案例精选精析>>

图书基本信息

书名：<<市场营销案例精选精析>>

13位ISBN编号：9787500455752

10位ISBN编号：7500455755

出版时间：2006-5

出版时间：中国社科

作者：朱华，窦坤芳 主编

页数：306

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>

<<市场营销案例精选精析>>

内容概要

本书荟萃了国内外企业在市场营销活动中的典型案例，以大量翔实、生动的资料为读者展示了多幅精彩的企业实践画面，使读者举一反三，触类旁通。

同时，为使读者对每个案例所阐述的问题有重点地了解，我们特地为每个案例写了“案例分析”，并以“思考·讨论·训练”的形式，引导读者对案例进行进一步的分析。

本书适合作为市场营销学课程的配套教材使用，同时也可作为企业岗位培训教材和广大的市场营销者自学教材使用。

本书既是大中院校学生的良师益友，也是广大市场营销工作者和企业员工颇有价值的参考读物。

<<市场营销案例精选精析>>

书籍目录

绪论第一章 市场营销学的基本概念 案例1 “奔驰”——质量·创新·服务 案例2 请别买我的啤酒 案例3 万绿之宗彩云之南 案例4 与奥运共振 案例5 固守传统观念惨遭市场惩罚第二章 市场购买行为 案例1 从豆浆到维他奶 案例2 “同仁堂”绝妙的采购法 案例3 忽视市场误入歧途第三章 市场营销环境 案例1 寻找市场空白的“丑小鸭” 案例2 追求挑战的“百事可乐” 案例3 技术领先的东芝公司 案例4 金牌老店“同仁堂” 案例5 “格兰仕”大战微波炉市场 案例6 为凯迪拉克寻找路标 案例7 剥“壳”夺食 案例8 一个贺卡销售案的剖析 案例9 充满爱心的雀巢食品公丽第四章 战略计划过程 案例1 伯瑞尔公司的市场战略 案例2 “波音”与“麦道”的联姻 案例3 “统一”企业的多角化经营 案例4 “春都”的经营得失 案例5 从“可乐大战”看战略选择 案例6 利用整合实现管理权上收益与利益平衡 案例7 汉堡包之战 案例8 不同战略，两种命运第五章 市场营销管理过程 案例1 农村市场，大有可为 案例2 “天美时”手表成功之道 案例3 在传统市场中找到新卖点 案例4 可口可乐跨国企业本土化精髓 案例5 宝洁在中国市场的多品牌市场细分 案例6 百事可乐的“新生代”定位 案例7 “万宝路”的市场定位 案例8 善做产品定位的拜耳公司 案例9 兰波布的市场定位策略 案例10 美国米勒公司营销案 案例11 《今日美国》的营销组合策略 案例12 法国Perrier矿泉水的4Ps组合策略第六章 产品策略 案例1 “雪莲”牌羊绒衫的产品整体观念 案例2 从“今日”到“乐百氏” 案例3 日本天诚电工在中国市场的品牌营销 案例4 “无声小狗”便鞋在生命周期各阶段的促销术 案例5 罗林洛克啤酒的包装策略第七章 新产品开发与扩散 案例1 “柯达”的新产品开发战略 案例2 不断创新是杜邦成功的秘密 案例3 放手去干 案例4 “CT”的诞生第八章 定价策略 案例1 推销怪才，巧定价格 案例2 雅马哈摩托的定价策略 案例3 便宜也有优质货 案例4 量准身材好裁衣 案例5 低价不如高价俏 案例6 橘子皮和“原子笔” 案例7 康柏电脑的降价策略第九章 营销渠道策略 案例1 “沃尔玛”进军中国商界 案例2 “柯达...富士”之争 案例3 爱普生公司的中间商策略 案例4 直邮销售，独具匠心 案例5 练就中国功夫 案例6 “黑米片”分销制胜 案例7 “佩珀”饮料公司的失误 案例8 万客隆明天会更好 案例9 将你我变成我们 案例10 千万猪头都是一张脸 案例11 东来顺想再涮一百年第十章 促销策略 案例1 雅芳公司与“访问推销法” 案例2 “万宝路”产品形象的塑造 案例3 免费赠送的企业策略 案例4 惟一重要的是精确 案例5 军装姊妹肠治久安 案例6 天健花园的广告策略 案例7 名不符实的代价第十一章 市场营销策划 案例1 用公益活动进行危机公关 案例2 沃纳-拉姆伯的战略策划 案例3 天和骨通——一个成功的营销策划 案例4 一张王牌和十六张好牌第十二章 综合案例 案例1 “丰田”进军美利坚 案例2 “贝卡特”钢丝公司 案例3 哈尔滨华视广告公司关于筹建大连房屋超市的营销草案 案例4 肯德基(KF)在中国

<<市场营销案例精选精析>>

编辑推荐

企业生产出来的产品，只有通过一定的营销渠道，才能在适当的地点或时间，以适当的方式、适当的价格供应给广大消费者或用户，满足市场需要，实现企业的市场营销目标。

《市场营销案例精选精析》收录了各个大品牌的销售策略，各个都是经典案例。给管理阶层的领导者借鉴参考。

<<市场营销案例精选精析>>

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>