

<<WTO时代赢销策略>>

图书基本信息

书名：<<WTO时代赢销策略>>

13位ISBN编号：9787500554691

10位ISBN编号：7500554699

出版时间：2002-3

出版时间：中国财政经济出版社

作者：张光忠 胡弼华

页数：470

字数：396000

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>

<<WTO时代赢销策略>>

内容概要

“营销”与“赢销”，不仅仅是字面的区别，而是截然不同的思想观念与市场结果。

营销要“赢”，是企业家的追求，是决策者的企盼，是消费者的期待；企业要“赢”，是经济活动的必然要求，是员工利益的根本保证，是社会对企业的一种寄托；国家要“赢”，是民族生存与发展的基本前提，是社会进步的利益保障，是纳税人的共同愿望。

WTO时代，人们感受到了一个特别美好的结局：“双赢”或者“共赢”！

“赢销”应该成为WTO条件下中国企业生存、发展的根本指导思想。

摆在读者面前的是一本关于“赢”的书——一本关于“赢销策略”的书。

一本既介绍经典营销理论，也介绍WTO时代“赢销”法则的书；一本书介绍赢者“赢”的秘诀，也介绍怎样掌握“赢”的技巧如何成为赢者的书。

<<WTO时代赢销策略>>

作者简介

张光忠，教授，男，1950年11月生，硕士生导师。
全国高校商业企业管理研究会常务理事，湖北南财文化发展有限公司总经理。

主要获奖情况是：《应该大力培育抗风险产业》，获得《光明日报》优秀论文奖；《试论我国比较营销学建设的几个问题》，1996年获得中国市场学会优秀论文奖；《中国商业集约经营的历史选择》，1996年获得全国高校商业企业管理教学研究会优秀论文奖；《世界营销比较》，2001年获湖北省政府二等奖。

主要研究方向：营销策划理论与实践，创业设计理论与实践，中外市场比较研究。
主要著作包括《经济科学学科词典》、《经济科学学术观点大全》、《社会科学学科词典》、《财经大词典》、《现代经营误区大全》、《外贸企业管理学》、《商人宣言》、《世界营销比较》、《西方商业》、《营销策划》、《WTO时代赢销策略》、《财富圣经》、《市场圣经》、《卖点圣经》、《创业圣经》、《大学设计教程》等等。

在《财贸经济》、《商业经济研究》、《中国商贸》、《光明日报》、《经济日报》、《市场营销导刊》、《中国人民大学学报》、《中南财经政法大学学报》等报刊发表论文百余篇，具体组织编辑并总纂的《经济科学学科词典》（70万字，经济科学出版社1987年版），并获得学校优秀科研成果的奖励。

组织并主编的《经济科学学术观点大全》（中国财政经济出版社1988年出版）。

主编《社会科学学科词典》（中国青年出版社1990年出版），并成功地进入了国际市场。
具体组织《财经大词典》（500万字）的编写工作，该《词典》获得国家优秀图书奖励。

<<WTO时代赢销策略>>

书籍目录

第1章 书写辉煌——WTO时代的赢销 1.1 站在全球竞争的起跑线上 1.2 WTO与中国赢销机遇 1.3 市场营销核心理论 1.4 WTO时代赢销新理念 新视点 营销新世纪第2章 成功天平的演变 2.1 世纪大赢家与赢销法则 2.2 市场赢家的评价标准 2.3 WTO规则与国际赢销法则 2.4 企业发展主题与赢销法则 2.5 WTO时代的知识赢销家第3章 市场重新洗牌——决胜全球的赢销战略 3.1 WTO时代赢销战略 3.2 市场机会与赢销战略 3.3 市场风险与赢销战略 3.4 赢销战略分析与控制 案例一 发生在美国的战略失误 案例二 惠普公司的人力资源战略第4章 培育全球消费者——赢销目标策略 4.1 可持续消费与消费大革命 4.2 全球消费市场与消费文化 4.3 赢销目标与消费市场培育 4.4 消费者赢销与赢销消费者 案例一 敦豪经营目标法的成功实践 案例二 红桃K的目标市场设计第5章 新游戏新规则——新形态赢销策略 5.1 WTO与国际市场游戏规则 5.2 WTO规则与市场的经济法则 5.3 新经济与新赢销规则 5.4 新赢销与新市场开拓 案例 海尔集团是怎样成功地把握 游戏规则的第6章 卖点 是金——赢销再造策略第7章 产品大革命——赢销开发策略第8章 世界市场的拼杀——赢销竞争策略第9章 无国籍公司崛起——全球化赢销策略第10章 流通总动员——服务赢销策略第11章 跨文化沟通——赢销传播策略第12章 创意革命——全球赢销策划第13章 道德无价——永远的赢销策略第14章 非常组合——华商赢销策略附录

<<WTO时代赢销策略>>

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>