

<<国家营销>>

内容概要

这是一个全新的框架，向全世界进行积极的营销，可以成功地积聚国家财富。

随着全球市场的兴起，无论哪个国家都不能仅仅关注于健康的国内经济，各国领导人还必须根据国家的使命和个人的远见卓识制定各种政策，为他们日常增加国家财富的努力导航。

《国家营销》是一部开创性的著作，它将宏观经济的公共政策与产业、公司及消费者的微观经济行为连接了起来，并且首次将战略规划应用于国家财富的建立。

循序渐进地，作者告诉管理人员、公司战略设计师、政府政策制定者和规划人员怎样才能确定道路，在世界市场的背景下，取得最佳的经济展展。

依据本书的战略框架，各国能够估计各自的优势和劣势，识别最佳机遇，实施全球竞争战略和政策，以期实现长期的国家繁荣。

通过有关日本、四小虎、中国、印度、东南亚、拉美及东欧的大量个案资料，三位作者首次提供了经济、政治和文化方面的综合性内容，这些因素影响到所有国有的经济发展，既包括工业化国家又包括发展中国家。

作者并不依赖驱动经济增长的任何一组力量，而是提出了大量刺激经济增长的潜在因素，以便读者更好地评估支持不同经济发展道路正反两方面的论点。

这本开创性的著作第一次向政府和商界领导人提供了可操作性、可把握的指南。

它还首次填补了政府官员在国家层面上制定的政策，与商业系统在地方层面上实际操作之间存在的典型的巨大差距。

《国家营销》显示了国家政策必须建立在对方市场上生产商、经销商和消费者实际行为深刻了解的基础之上。

本书分为清晰的四个部分，作者先行探索了经济发展的挑战，其次是形成国家战略远景的方法。

接着，他们讨论了政策发展、基础设施和机构框架，最后作者告诉读者，国家和公司应当如何共同努力才能取得繁荣。

<<国家营销>>

作者简介

菲利普·科特勒博士是全世界最重要的营销宗师，他与合著者索姆基德·贾特斯里皮塔克、苏维特·米辛锡一起撰写了本书。

<<国家营销>>

书籍目录

第1篇 深刻认识各国经济发展所面临的挑战 第1章 积聚国家财富的种种难题 第2章 公共政策在经济发展中的主要困惑及相互平衡 第3章 区分不同的发展道路第2篇 国家战略远见的形成 第4章 国别战略群体与世界竞争结构 第5章 分析国家的优势与劣势 第6章 分析国家的机遇与威胁 第7章 发展国家的战略突进第3篇 设计国家的战略态势 第8章 制定国家的投资政策 第9章 建立国家的产业集成 第10章 建立国家产业多元化 第11章 确定国家的宏观经济政策 第12章 制定国家宏观经济政策 第13章 发展国家基础设施 第14章 发展国家的体制构架第4篇 支持公司的发展和繁荣 第15章 建立公司战略与国家财富战略的联系 第16章 促进公司的发展 第17章 通过合作实现战略发展 第18章 国家财富形成战略：从战略眼光到战略运用注释索引

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>