

<<营销策划漫画读本>>

图书基本信息

<<营销策划漫画读本>>

前言

尽管市场营销理论与实践已历经半个世纪的发展，营销策划仍然是一个尚没有最后定论的重大挑战。

随着企业运营的环境变得越来越以邻为壑、变幻莫测，这一挑战也变得日益严峻。

有一种观点认为，这种不稳定的实际情况让策划变得毫无意义——这个世界前进的步伐的确是太快了，别说预测未来五年，就是三年，甚至两年都是很困难的事。

但与这一观点相悖的是，越来越多的证据证明效率与效果(用策划的术语来讲就是战术与战略)之间的差异日益明显：其重要性不仅没有丝毫降低，反而日渐提高。

今天，成功的首席执行官们都认识到了明确公司发展方向的绝对必要性，指明前进方向的策划将使公司不断发展壮大。

<<营销策划漫画读本>>

内容概要

《营销策划漫画读本》讲述尽管市场营销理论与实践已历经半个世纪的发展，营销策划仍然是一个尚没有最后定论的重大挑战。

随着企业运营的环境变得越来越以邻为壑，变幻莫测，这一挑战也变得日益严峻。

有一种观点认为，这种不稳定的实际情况让策划变得毫无意义——这个世界前进的步伐的确是太快了，别说预测未来五年，就是三年，甚至两年都是很困难的事。

但与这一观点相悖的是，越来越多的证据证明效率与效果（用策划的术语来讲就是战术与战略）之间的差异日益明显：其重要性不仅没有丝毫降低，反而日渐提高。

今天，成功的首席执行官们都认识到了明确公司发展方向的绝对必要性，指明前进方向的策划将使公司不断发展壮大。

那些没有进行战略策划的公司很好辨认，它们的重组方式单一，而且很容易被更有魄力的公司兼并。

当然，这些“更有魄力的公司”都进行过战略策划。

这种营销策划并不简单，简直是日益复杂。

我们真诚地希望这本书的独特视角能帮助读者理解并且鼓励他们更深入地研究这一问题。

<<营销策划漫画读本>>

作者简介

马尔科姆·麦克唐纳教授 文学硕士，理学硕士，哲学博士，现在英国克兰菲尔德管理学院讲授营销战略，并担任学院主管外部事务的副院长。

他有丰富的业界经历，在Canada Dry做过数年的营销主管。

在过去的二十年中，他曾在英国，欧洲大陆，日本，印度，远东，澳大利亚；南美，南非，巴西和美国等地举办过专题研讨会。

他的著作有三十部，包括畅销书《营销策划：准备与运用》，并发表过多篇论文。

他目前的研究兴趣集中于信息技术在高级营销过程中的应用。

彼得·莫里斯 一位教育与培训资料的插图作者与设计师。

彼得·莫里斯原本是一位美术教师！在回到英国从事教材设计之前，他在加拿大做了七年的工业设计师。

在此期间，他发现漫画是一种阐明抽象问题以及商务活动之间联系的好方法。

在过去的二十年中，他为许多客户以及培训机构提供了培训材料，还在一家大型出口培训公司从事质量控制工作，监督所有培训材料的设计与制作过程。

他与马尔科姆·麦克唐纳共同

<<营销策划漫画读本>>

书籍目录

引言第一章 理解营销过程第二章 营销策划过程1第三章 营销策划过程2第四章 客户与市场审计
第五章 产品审计第六章 制订营销目标与战略第七章 沟通策略1第八章 沟通策略2第九章 定价
策略第十章 渠道 - 配送与客户服务策划第十一章 营销信息, 预测与组织第十二章 设计与运用营
销策划系统

<<营销策划漫画读本>>

编辑推荐

该书取得了空前的成功，被译作捷克斯拉夫语，匈牙利语，意大利语，德语，葡萄牙语，印度尼西亚语，日语，韩语，罗马尼亚语以及俄语等文字。
本书从独特的视角探讨了这一复杂的问题，既帮助人们理解营销策划，也鼓励营销人士与其它专业人士共同钻研策划过程这一课题。

<<营销策划漫画读本>>

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>