

<<中国式营销>>

图书基本信息

书名：<<中国式营销>>

13位ISBN编号：9787510031380

10位ISBN编号：7510031389

出版时间：2011-3

出版时间：世界图书出版广东有限公司

作者：詹志方 薛金福

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>

<<中国式营销>>

内容概要

《中国式营销》的特点及创新之处有：1.理论性强，从象思维出发，将西方市场营销理论与中国企业营销实践相结合，构建了具有本土特色的营销理论体系。

2.实践性强，在每个理论后面都配有案例，通过案例来阐释营销理论，这能很好地启示企业发展营销的实践工作。

3.内容丰富，结构体系完整。

4.突出学术性的思维以及案例的操作性。

<<中国式营销>>

作者简介

詹志方

中国实战派营销学者、副教授、金海湾咨询研究员、中国教学案例网研究员、武汉大学管理学博士、香港城市大学市场营销系博士后

先后任职于湖南省省政府综合调研室、中南大学、老百姓大药房、海南航空，从事政策研究、商学教育、市场推广、营销策划和战略规划等工作；在各地作过《营销之刀》、《战略宝剑》、《创新营销》、《经营之道》、《策划之器》、《商业模式》和《公共经济学》等数百场；服务客户包括：长沙市国家公务员培训中心、海南军区MPA培训中心、广州军区MPA培训中心、江西省经贸委、江西格力销售公司等组织；曾经主持省部级课题多项，在《经济管理》、《财政研究》等杂志上发表学术论文十余篇。

薛金福

他是国内罕见的年轻的实战派企业研究者！

他以企业问题为出发点，以企业实践为基础，以解决问题为目的，专注于商业模式、中国式营销、互联网商业模式和企业战略的实战性研究。

<<中国式营销>>

书籍目录

- 前言：中国式营销是如何炼成的
为什么研究中国式营销
中国式营销真的存在吗
中国式营销是如何炼成的
总篇中国式营销的框架
第一章中国式营销的思维——三层两向一中
第二章中国式营销的思维源泉——象思维
第三章中国式营销的核心——营销之刀
第一篇中国式营销之道
第四章中国式营销之道德
第一节中国式营销有关的几种价值观
第二节中国式价值观营销
第三节中国式营销的商道
第五章中国式营销之道理
第一节中国式营销的本质和规律
第二节中国式营销之情理法
第三节 中国式心理营销
第六章中国式营销之道路
第一节中国式营销的“高速公路”——商业模式
第二节中国式营销之“新路基”——价值网
第三节中国式营销之“康庄大道”——基于价值网的新商业模式
第二篇中国式营销之法
第七章中国式营销之法则
第一节中国式营销“磨刀”之工
第二节中国式营销“磨刀”之法
第三节中国式营销“磨刀”之战
第八章中国式营销之法度
第一节 中国式营销之“求之于势，不责于人”
第二节 中国式营销之“效法天下”
第三节 连锁经营管理
第九章中国式营销之法宝
第一节中国式营销之“刀法”
第二节中国式营销之“尺度”
第三节中国式营销之“定海神针”
第三篇中国式营销之术
第十章中国式营销之组合术
第一节中国式营销“六质”组合术
第二节品牌与中国式营销“六质”
第三节中国式营销之生活方式营销
第十一章中国式营销之战术
第一节营销战术之反战术
第二节营销战术之并战术
第三节营销战术之善战计
第十二章中国式营销之沟通术
第一节中国企业的沟通问题

<<中国式营销>>

第二节全身运动来沟通

第三节中国式沟通七大要点

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>