

<<企业营销主管>>

图书基本信息

书名：<<企业营销主管>>

13位ISBN编号：9787801187024

10位ISBN编号：7801187024

出版时间：1999-01

出版时间：经济管理出版社

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>

<<企业营销主管>>

书籍目录

目录

- 第一章 营销主管定位
 - 第一节 营销主管在企业中的地位
 - 第二节 营销主管应具备的素质与观念
 - 第三节 营销主管的职能与工作目标
 - 第四节 营销主管的下属组织
- 第二章 掌握市场动态
 - 第一节 组织市场调研
 - 第二节 组织市场预测
- 第三章 寻找市场机会
 - 第一节 了解市场机会的含义
 - 第二节 寻找市场机会的技巧
 - 第三节 寻找市场机会的方法
 - 第四节 积极创造需求
- 第四章 选择目标市场
 - 第一节 进行市场细分
 - 第二节 选择目标市场
 - 第三节 进行产品（或品牌）定位
- 第五章 制定竞争策略
 - 第一节 领导型企业的竞争策略
 - 第二节 挑战型企业的竞争策略
 - 第三节 追随型企业的竞争策略
 - 第四节 补缺型企业的竞争策略
- 第六章 阶段性策略与新产品开发
 - 第一节 采用阶段性营销策略
 - 第二节 组织新产品开发
- 第七章 制订价格策略
 - 第一节 确定企业定价目标
 - 第二节 选择定价方法
 - 第三节 运用定价策略
- 第八章 选择销售渠道
 - 第一节 了解销售渠道的类型
 - 第二节 中间商
 - 第三节 选择销售渠道
 - 第四节 销售渠道运行管理
- 第九章 策划产品促销
 - 第一节 广告促销
 - 第二节 销售促销
 - 第三节 公关促销
 - 第四节 促销组合策略
- 第十章 开展国际营销
 - 第一节 了解国际营销环境
 - 第二节 组织国际市场调研
 - 第三节 运用国际营销策略
- 参考文献

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>