

<<营销创新>>

图书基本信息

书名：<<营销创新>>

13位ISBN编号：9787802077157

10位ISBN编号：780207715X

出版时间：2006-10

出版时间：经济管理出版社

作者：张征宇

页数：259

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>

<<营销创新>>

内容概要

随着市场营销环境的变化,企业市场营销活动面临着诸多的挑战,许多问题需要通过营销创新来解决,企业如何主动适应新的市场环境要求,使新的营销要素或要素组合融入企业营销体系上来,使之具备新的功能和新的创造力,以营销创新谋求企业发展,是摆在企业面前的一个十分现实而又重要的课题。

本书对营销创新作了深入的研究,内容包括:营销观念创新,营销方式创新,营销要素创新,营销组织创新等。

本书内容丰富,讲解深入浅出,具有很强的可读性。

本书中有关农村金融制度和农产品出口贸易的研究,与“三农”问题最为突出的湖南省情关联度极高,“地方性”应该是作者从事研究的立论基础,试图破解此类难题实则蕴含着作者对湖南地方经济、社会良性发展的某种期待。

对全球化进程中的人民币汇率体制与金融安全的研究,以及会计准则与会计制度、教育财政投入、企业并购规制、社会保障与人口发展、市场营销创新等方面的研究,既体现了财经类院校的行业性研究旨趣,也昭示出财专学人践行“三个代表”重要思想,“情为民所系,利为民所谋”的品格和经世致用的治学之道。

<<营销创新>>

书籍目录

第一章 营销观念创新 第一节 社会营销观念 第二节 关系营销观念 第三节 整合营销观念
第四节 绿色营销观念 第五节 服务营销观念第二章 营销方式创新 第一节 合作营销 第二节
品牌营销 第三节 直复营销 第四节 体验营销 第五节 定制营销 第六节 网络营销第三章
营销要素创新 第一节 产品创新 第二节 价格创新 第三节 渠道创新 第四节 促销创新第
四章 营销组织创新 第一节 营销组织结构创新 第二节 营销组织类型创新后记

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>