

<<市场营销经理工作手册>>

图书基本信息

书名：<<市场营销经理工作手册>>

13位ISBN编号：9787806995839

10位ISBN编号：7806995838

出版时间：2006-1

出版时间：哈尔滨出版社

作者：吴振兴

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>

<<市场营销经理工作手册>>

内容概要

营销经理在完成其企业设定的营销管理工作的过程中，即要保证其权力与权限的掌控，又要有一定的责任作为约束。

建立起营销组织体系的框架后，接下来就应该完成同公司营销相关的市场部、销售部、营销服务部、营销综合部等部门的职、权、责的设置。

细化各部门工作内容、设定各部门权限、明确各部门责任，并制定详尽的岗位说明书。

为建立一支权责明确、既分工又协作、高效和谐的营销团队打下坚实的基础。

本书针对以上涉及到的营销经理的职能，从营销经理的现实工作需要出发，详细阐述了营销经理的管理基础、市场调查、产品定位、制订计划、建立渠道、市场促销、品牌塑造、广告宣传、客客服务、团队建设等一系列营销工作要求、流程步骤、实施方法与技巧、注意事项，具有较强的系统性、实战性、规范性等特点。

在编写本书时，作者本着结构科学严谨、内容丰富实用、语言简明生动、实例分析透彻的原则，确保本书能在营销经理的工作中起到具体化规矩化、标准化的作用。

本书不仅包含营销管理专业知识，同时通过一些有典型意义的范例，使营销经理对一些营销理论可以有更加形象化的理解，从而加强对营销实践经验的总结和提升，提高自己的战略、战术水平，并结合自身的实际工作状况，有效地指导自己的工作。

在本书最后，还附录有近百个实用性营销表格，可供读者参考。

这是一本实用性很强的工具书。

<<市场营销经理工作手册>>

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>