

《营销管理（英文版·第5版全球版）（工商管理
经典教材·市场营销系列；教育部高校工商管理类
教学指导委员会双语教学推荐教材）》

书籍信息

版次：1
页数：
字数：500000
印刷时间：2013年02月01日
开本：12k
纸张：胶版纸
包装：平装
是否套装：否
国际标准书号ISBN：9787300169644
丛书名：工商管理经典教材.市场营销系列

内容简介

《工商管理经典教材·市场营销系列：营销管理（英文版·第5版·全球版）》以简练的语言、适中的篇幅反映了近些年来营销管理方面的理论进展和实践创新。对当今营销管理实践作出了权威性介绍，而且篇幅适中，教师在授课过程中可以根据需要自行加入案例、模拟和项目练习。

《工商管理经典教材·市场营销系列：营销管理（英文版·第5版·全球版）》旨在帮助公司、社会团体和个人调整自身的营销战略和管理以适应21世纪的营销现状。适用于mba以及本科生和研究生的营销管理和营销战略课程，也可用作企业管理人员的培训教材和参考书。

作者简介

菲利普·科特勒，市场营销学权威，美国西北大学凯洛格管理学院国际营销学S.C.庄臣荣誉教授，拥有芝加哥大学经济学硕士学位和麻省理工学院经济学博士学位。营销学领域最畅销教科书的作者，著有Marketing Management, Principles of Marketing、Marketing: An Introduction, Strategic Marketing for Nonprofit Organizations等。在《哈佛商业评论》，《斯隆管理评论》，Journal of Marketing, Journal of Marketing Research等国际一流刊物上发表了100多篇论文。是唯一荣获三次“阿尔法·卡帕·普西奖”的学者，该奖专门奖励发表在Journal of Marketing上的*秀年度论文作者。

美国营销协会设立的“杰出营销学教育工作者奖”的第一位获奖人。曾获欧洲市场营销顾问和销售培训者协会颁发的“营销卓越贡献奖”。1975年，因在市场营销科学上独创性的贡献荣获美国营销协会颁发的“保尔·D·康弗斯奖”。1995年，被国际销售和营销管理者组织命名为“年度营销者”。

担任多家公司营销顾问，包括IBM、GE、霍尼韦尔公司、默克公司等。是美国管理科学学会市场营销学院主席、美国营销协会理事等。

目录

PART 1 UNDERSTANDING MARKETING MANAGEMENT

1. Defining Marketing for the 21st Century
2. Developing Marketing Strategies and Plans

3. Collecting Information and Forecasting Demand

PART 2 CONNECTING WITH CUSTOMERS

4. Creating Long-term Loyalty Relationships

5. Analyzing Consumer Markets

6. Analyzing Business Markets

7. Identifying Market Segments and Targets

PART 3 BUILDING STRONG BRANDS

8. Creating Brand Equity

9. Crafting the Brand Positioning and Competing Effectively

[显示全部信息](#)

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www.tushupdf.com](http://www.tushupdf.com)