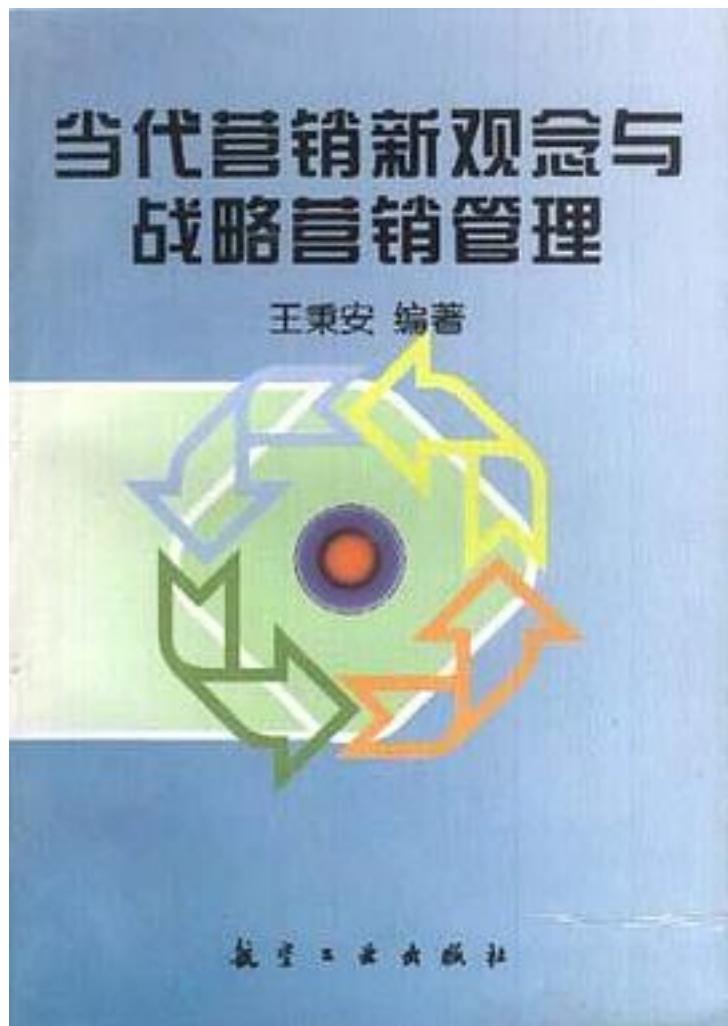


# 当代营销新观念与战略营销管理



[当代营销新观念与战略营销管理 下载链接1](#)

著者:王秉安

出版者:航空工业出版社

出版时间:1997-09

装帧:平装

isbn:9787801341747

内容提要

80年代以来，营销理论工作者与实际工作者面对营销环境的新变化，不断提出了许多新的营销观念，从而深化了人类对营销本质的认识。本书追踪营销发展新趋势，在综合他人研究的基础上对营销新趋势、新观念、新策略作了进一步探讨，包括战略营销、关系营销、权力营销、信息营销、形象营销、绿色营销、政府营销、伦理营销、服务营销与全球营销等10个方面的研究。本书结构紧凑，内容丰富，观点新颖，分析透彻，案例有针对性。本书既对营销理论工作者有重要的学术参考价值，又对营销实际工作者有实践指导意义。

作者介绍：

## 目录: 目录

- 第一章 当代我国营销环境与营销新观念
  - 第一节 当代我国营销环境
  - 第二节 当代营销新观念与新策略
  - 第三节 当代其它营销新观念介绍
- 第二章 战略营销与战略营销模式
  - 第一节 战略营销与战略营销模式的提出
  - 第二节 战略营销概念和战略营销模式
  - 第三节 营销战略原则和选择营销战略新思路
  - 第四节 实证：永林股份（集团）战略营销模式
- 第三章 关系营销
  - 第一节 关系营销的提出
  - 第二节 CS——关系营销的灵魂
  - 第三节 传统营销与关系营销的比较
  - 第四节 关系营销模式
  - 第五节 关系营销对策
- 第四章 形象营销
  - 第一节 形象与企业形象的概念
  - 第二节 企业形象模型
  - 第三节 形象与营销的关系
  - 第四节 形象营销的对策
  - 第五节 两个CI模式实证
- 第五章 信息营销
  - 第一节 信息营销的提出
  - 第二节 营销管理信息系统
  - 第三节 商业自动化
  - 第四节 信息产品的营销
  - 第五节 信息革命对传统营销组合的影响
- 第六章 权力营销
  - 第一节 权力营销的提出
  - 第二节 直接权力营销及对策
  - 第三节 政治权力营销及对策
  - 第四节 法律权力营销及对策
  - 第五节 政府权力营销及对策

## 第七章 政府管销

第一节 政府营销的提出

第二节 政府营销的概念、特点和意义

第三节 政府营销主要内容

第四节 政府管销管理程序

## 第八章 绿色营销

第一节 绿色营销的提出

第二节 绿色营销的内容

第三节 绿色营销的模式

第四节 绿色营销对策

## 第九章 伦理营销

第一节 伦理营销的提出

第二节 伦理营销的内容

第三节 伦理营销对策

第四节 营销的社会责任

## 第十章 服务营销

第一节 服务营销的提出

第二节 服务与服务营销内涵

第三节 传统营销组合在服务营销中的应用

第四节 服务营销模型

第五节 服务营销的战略营销模型

## 第十一章 全球营销

第一节 全球营销的提出及其内涵

第二节 全球营销战略

第三节 全球营销管理

第四节 全球营销组织与控制

第五节 全球营销实证

编后语

· · · · · (收起)

[当代营销新观念与战略营销管理](#) [下载链接1](#)

## 标签

黑金属

经济

激流金属

## 评论

[当代营销新观念与战略营销管理 下载链接1](#)

## 书评

[当代营销新观念与战略营销管理 下载链接1](#)