

民营企业市场营销



[民营企业市场营销](#) [下载链接1](#)

著者:李亚

出版者:中国方正出版社

出版时间:2003-1

装帧:精装(无盘)

isbn:9787801076236

本书展示了“产品营销”、“价格营销”、“渠道营销”、“网络营销”、“目标营销”和“机会营销”等几种具有生机和活力的营销创新方式，以供广大的民营企业在营销实践中能够加以认识和借鉴。本书同时对新的经济背景下民营企业的营销创新战略进行了深入探讨。21世纪是创新的世纪，市场营销创新有了广阔的前景。市场创新、产品创新、观念创新、方法创新、理论创新、这将是我国民营企业一项长期而又艰巨的任务。

为了使民营企业的市场营销工作进入规范化、正规化的轨道，提高市场营销工作的有效性，我们在对中国民营企业进行大量调查和了解的基础上，并结合工作实际，编写了本书，本书主要介绍民营企业在目前激烈的市场竞争下，如何制订详细而全面的营销策划方案，在市场营销策划、营销人员管理、品牌策划与管理以及内部营销管理方面得到全面改善，使企业适应目前复杂多变的市场环境，进一步开拓和发展产品市场，树立公司的企业形象与品牌。针对中国民营企业做好市场营销工作的几个热点课题，我们提出了

强化市场营销的基本思路和操作步骤，融理论与实践为一体，希望能对中国民营经济的进一步发展有所裨益。

本书提供了大量翔实的民营企业营销案例，既有创业企业的成功经验，也在知名企业的失败教训，有机地将生动的现实案例解析与营销理论结合起来，深入浅出地介绍了企业营销运作精髓，为民营企业家提供了市场营销运作指南，力争使其具备一定的营销实战能力。

作者介绍:

目录: 第一章 民营企业的发展及其人力资源管理
第二章 民营企业的家族制与人力资源管理
第三章 民营企业的人力资本管理
第四章 民营企业人才的聚集
第五章 培训篇
第六章 考核篇
第七章 薪酬篇
第八章 激励篇
参考文献
后记
· · · · · (收起)

[民营企业市场营销](#) [下载链接1](#)

标签

评论

[民营企业市场营销](#) [下载链接1](#)

书评

[民营企业市场营销_下载链接1](#)