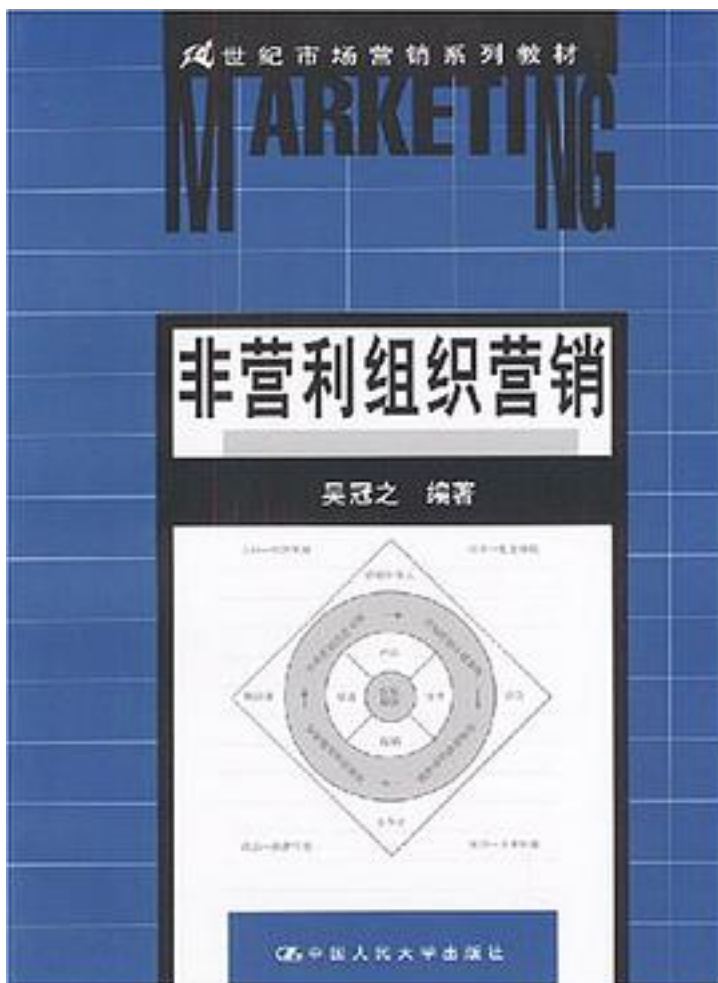


非营利组织营销



[非营利组织营销_下载链接1](#)

著者:吴冠之

出版者:中国人民大学出版社

出版时间:2003-1

装帧:简装本

isbn:9787300049946

本书共分12章，比较系统地介绍了非营利组织营销的定义与分类，非营利组织营销的特点，在阐述非营利组织营销导向及其管理特征的同时，就影响非营利组织营销的宏观环

境与微观环境进行了分析，并在此基础上确定非营利组织的营销目标以及制定相应的营销战略与计划，包括市场细分、目标市场选择及市场定位。在市场营销组合方面，本书重点介绍了非营利组织的产品和服务、定价与成本管理、渠道管理以及沟通等主要营销职能。此外，本书结合非营利组织的特点，就非营利组织募捐与营销的联系、募捐规划与策略、募捐绩效评估等内容进行了相关的论述，并重点讨论了非营利组织的志愿者招募、志愿者管理、志愿者绩效评估以及志愿者的培训与发展等方面的管理问题。

需要说明的是，非营利组织营销与传统营销相比，具有一些新的特点，相应的营销理论和实践也不完全相同。目前，仍存在着许多问题有待进一步作深入的研究，同时也期望读者能够重新认识这一新的领域。本书适用于营销专业的高年级学生和在实际部门从事管理工作的人士。

作者介绍:

目录:

[非营利组织营销_下载链接1](#)

标签

非营利组织营销

论文有关

评论

大多用了市场营销学的概念，用在非营利组织上的某些技巧具有一定启发性，全书逃不掉中国式教材的通病，理论太多太杂，真正有读到的见解太少，全书属于快速SKIMMING略有INSPIRATION的类型。

[非营利组织营销_下载链接1](#)

书评

[非营利组织营销_下载链接1](#)