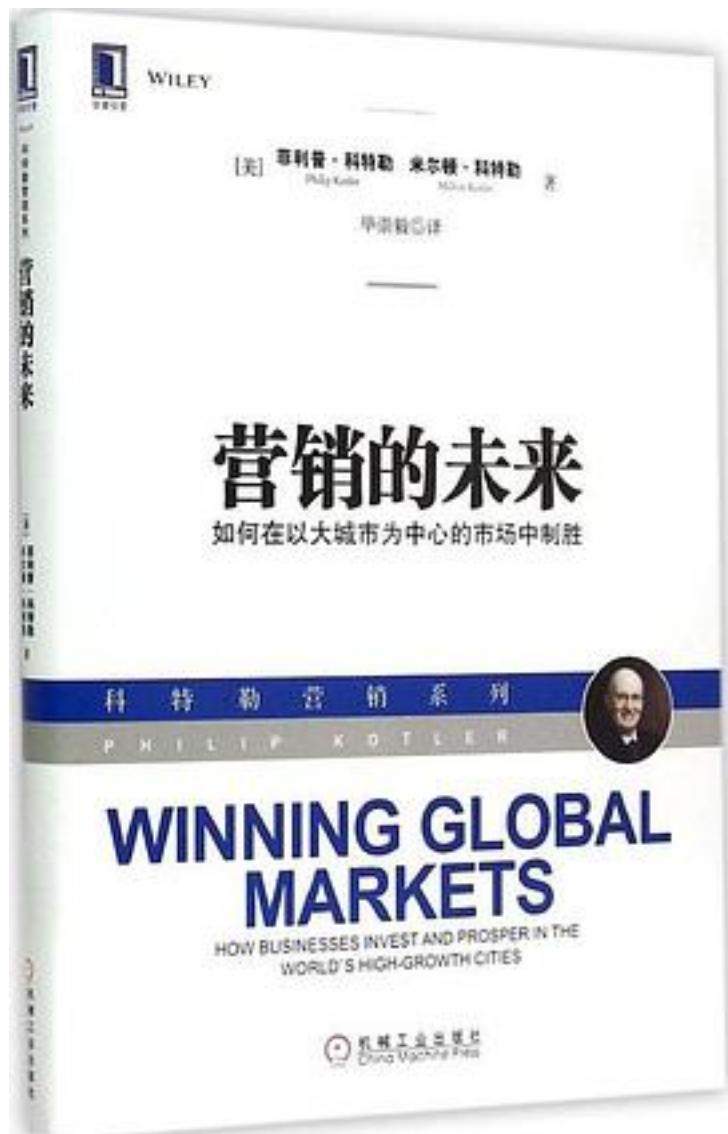


营销的未来



[营销的未来_下载链接1](#)

著者:科特勒...

出版者:机械工业出版社

出版时间:2015-1-1

装帧:平装

isbn:9787111500711

当今世界经济的命运取决于跨国公司和全球化城市之间的相互作用。写作本书的目的是帮助企业管理者在全球经济增速最快的城市中选择正确的投资地点，帮助营销者强化营销活动，实现投资的最大回报。在此基础上，我们还希望帮助全球城市的政治和民事管理者成功吸引跨国公司的投资，在招商竞争中脱颖而出。此外，关于国家政府在城市利用招商推动经济增长的问题上应当发挥哪些作用，我们也提出了一些思路。

我们在书中列举了大量数据和案例，用以说明营销的未来取决于企业营销者能否有效利用大公司的资源，在日益狭窄和高度集中的国际化城市市场中赢得份额并创造利润。此外，我们还介绍了城市营销者如何利用城市优势在竞争中胜出，以成功吸引跨国公司的投资，推动城市的就业、收入、税收和繁荣。

在经济学领域中，没有一成不变的事物，变化随时随地都在上演。但是，对于未来20年，我们可以很自信地宣布，决定全球市场经济走向的必然是跨国公司和大型城市区之间的互动结果。

作者介绍:

目录:

[营销的未来](#) [下载链接1](#)

标签

营销

营销的未来

科特勒

大城市

商业

管理

市场营销

工具书

评论

理念是挺好，有刷新我们对全球化营销基本单位的认知，即大城市营销，而非国家营销。但是后面就收获不大了。选择总部所在地有些思路。写了很多政府角度的建议。对搞营销的人算半本好书吧。

政府就是一家超级大的生态公司，管理和营销的本质相同，只是一个to B，一个 to C，其本质都是都人性和环境的把控。发挥国家，城市的区域优势，提升抗风险能力，是未来大公司的必进之路。

竟然从城市的角度论证跨国公司的营销诉求和发展前景...之前一直简单地以为跨国公司运作的前提条件是外交程序，必须先和国家打交道，以及按照层级一层层推进...（作为门外汉看问题实在太简单）话说回来，我也觉得以城市为基点的经济拓展肯定是大势所趋，毕竟科特勒自己也说“说来有趣，我们好像在效仿历史，前进到一种新式重商主义城邦制”之中。

见识了作者广博的知识

這書到底寫給誰的？也許是知已知彼吧

营销之父的这本书其实和最基础的营销的关系有限，主要涉及跨国公司投资地点选择，城市管理者招商引资和未来城市对经济发展的影响等方面，数据非常充实可靠，观点新颖有依据，让人更了解这个时代的发展。这不是一本专业书，关心经济，企业和社会学的读者大概都会被这本书吸引，强烈推荐。

感觉不适合学生读，适合那些城市管理人员，政府人员读读

[营销的未来](#) [下载链接1](#)

书评

营销活动可以追溯上千年历史，但营销理论的出现却不足以百年历史，在这期间，关于营销学的最多研究贡献不得不归功于“营销学之父”菲利普·科特勒。从某种角度上说，他的存在决定了整个营销领域的学术研究趋向，对新一代营销学者有很大的影响力！笔者通过对菲利普·科特勒几...

[营销的未来](#) [下载链接1](#)