

《行銷必勝兵法》

图书基本信息

书名：《行銷必勝兵法》

13位ISBN编号：9789861216942

10位ISBN编号：9861216944

出版社：書泉

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《行銷必勝兵法》

內容概要

《行銷必勝兵法：六攻八守勢在必得》在全新架構下利用許多實例，有系統呈現嶄新構想；並整合現有概念。書中提出14個策略行動，包括6攻8守。此外，更引用日本汽車產業成功經驗說明，並彙總企業追求成功必須遵循八個準則。戰略可區分為攻擊與防禦兩大範疇。企業競爭策略同樣也可以區分為攻擊策略與防禦策略兩大領域。《行銷必勝兵法：六攻八守勢在必得》定名為「行銷必勝兵法」，就是深入討論如何贏得企業競爭的一本鉅著。

《行銷必勝兵法》

作者簡介

林隆儀 學歷：**台北大學企業管理研究所博士（主修行銷） **中興大學企業管理研究所
碩士 經歷：黑松股份有限公司行銷處處長、企劃處處長、中壢廠總廠長、斗六廠總廠長、採
購部經理、銷售促進課課長、總務課課長、人事課課長 經濟部「協助服務業研究發展輔導計畫」
評審委員 中華民國管理科學學會中小企業管理活動委員會委員 中華民國企業經理協進會國家
傑出經理獎評審委員 現職：真理大學管理科學研究所副教授。 行銷規劃實務 創造性思考
與腦力激盪法 行銷經理實務 行銷原理與案例 促銷戰略與管理 創造性的推銷實務
新產品行銷策略 動態推銷術 經營分析的新領域 廣告策略精論 經營計劃實務 電話
推銷實務 行銷企劃書 JIT行銷策略 利基行銷策略 突破策略 策略行銷管理 行銷
研究 行銷策略管理 穿破金融海嘯 國際行銷管理 在國內外學術期刊發表學術論文43篇
在報紙發表經營管理短文300多篇

《行銷必勝兵法》

書籍目錄

第1章 兵不在多，技巧則贏1.1 前言1.2 Zulu戰爭1.3 戰爭的路線1.4 攻擊行動1.5 Isandlwana1.6 Rorke's Drift的誘惑1.7 Rorke's Drift戰役1.8 結論第2章 勝利與失敗的原因及其對企業的啟示2.1 前言2.2 敵軍特徵的知識與計畫2.3 焦點2.4 地形的選擇2.5 出其不意2.6 結論第3章 攻擊策略：六種策略性行動3.1 前言3.2 游擊攻擊策略3.3 迂迴攻擊策略3.4 側面攻擊策略3.5 正面攻擊策略3.6 無差異圍攻策略3.7 差異化圍攻策略3.8 本章總結第4章 防禦策略：八種策略性行動4.1 前言4.2 警告策略4.3 進入障礙策略4.4 全方位服務策略4.5 先發制人策略4.6 阻礙策略4.7 迎頭痛擊策略4.8 固守陣地策略4.9 撤退策略4.10 本章總結第5章 策略行動的執行時機5.1 前言5.2 攻擊策略與防禦策略的選擇5.3 何時該選擇防禦策略5.4 何時採用攻擊策略5.5 結論第6章 策略聯盟6.1 前言6.2 策略聯盟的13種形態6.3 策略聯盟的優點與缺點6.4 策略聯盟形態的選擇6.5 何時及如何選擇策略聯盟6.6 結論第7章 個案研究：日本汽車產業在全球化時代的啟示7.1 前言7.2 日本如何利用策略創造成功7.3 學習的榜樣第8章 結論：成功的八項準則

《行銷必勝兵法》

版权说明

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.tushu111.com