

《营销创新》

图书基本信息

书名：《营销创新》

13位ISBN编号：9787302280620

10位ISBN编号：7302280622

出版时间：2012-3

出版社：清华大学出版社

作者：谭昆智 编

页数：319

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

《营销创新》

内容概要

《21世纪普通高等学校市场营销学教材:营销创新》以市场营销学基本理论为指导,紧密结合营销的创新战略、市场导向、领导、文化、资源和体系及过程,对营销创新模式、整合营销、关系营销、体育营销、绿色营销、文化营销、心理营销、概念营销、事件营销、破坏性营销、网络营销和手机营销等进行了系统的阐述。《21世纪普通高等学校市场营销学教材:营销创新》每章章末穿插的原创案例,是作者为帮助读者加深理解以当前营销热点为素材编写的。

书籍目录

第一章 营销创新模式

- 第一节 营销创新模式研究现状
- 第二节 营销创新原则与能力
- 第三节 营销创新模式与选择
- 第四节 营销创新模式原创案例：动感地带赢得新一代

第二章 整合营销

- 第一节 整合营销的概念和主题
- 第二节 整合营销的思路和规划
- 第三节 互联网时代的整合营销
- 第四节 整合营销原创案例：稀世宝矿泉水整合营销策划

第三章 关系营销

第一节 关系营销是21世纪营销新思维

- 第二节 关系营销的内涵
- 第三节 关系营销的策略
- 第四节 关系营销原创案例：谈“吃”论关系营销

第四章 体育营销

- 第一节 体育营销的概念
- 第二节 体育营销的策略
- 第三节 体育赞助
- 第四节 体育营销原创案例：阿迪达斯体育营销策划案

第五章 绿色营销

- 第一节 绿色营销时代已到来
- 第二节 绿色营销的特点和产品
- 第三节 渠道策略与促销
- 第四节 绿色营销原创案例：“生命之水”篇

第六章 文化营销

- 第一节 文化营销的概念
- 第二节 文化营销的作用和意义
- 第三节 有效文化营销的发展趋势
- 第四节 文化营销原创案例：广州市荔湾区“十三行文化节”策划方案

第七章 心理营销

- 第一节 心理营销的概念与管理
- 第二节 消费者心理需求与揣摩
- 第三节 征服人心与动态营销
- 第四节 心理营销原创案例：南方毅源酒店的心理营销

第八章 概念营销

- 第一节 概念营销的概念
- 第二节 概念营销的原则与功能
- 第三节 概念营销的实施
- 第四节 概念营销的应用
- 第五节 概念营销原创案例：fa自救体验园

第九章 事件营销

- 第一节 事件营销的概念
- 第二节 事件营销的优势与开展
- 第三节 事件营销发展的新趋势
- 第四节 事件营销原创案例

第十章 破坏性营销

第一节 破坏性营销的概念

第二节 破坏性营销的弱势法则

第三节 理解破坏性营销的误区

第四节 破坏性营销原创案例

第十一章 网络营销

第一节 网络营销的概念

第二节 网络营销成功的要素

第三节 深度营销

第四节 第五媒体推动营销移动化

第五节 网络营销原创案例：“十三行里的大富翁游戏”策划案

第十二章 手机营销

第一节 手机营销的类型与特点

第二节 新兴的营销方式

第三节 手机营销原创案例：五环绕粤，传递奥运

参考文献

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