

《企业营销预警管理》

图书基本信息

书名：《企业营销预警管理》

13位ISBN编号：9787537521659

10位ISBN编号：7537521654

出版时间：1999-12

出版社：河北科学技术出版社

作者：余廉,等

页数：283

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

《企业营销预警管理》

内容概要

企业营销预警管理，ISBN：9787537521659，作者：余廉等著

作者简介

作者简介

余廉男，1959年生，武汉交通科技大学教授，交通部主管《交通企业管理》杂志主编，中国管理科学研究院湖北分院企业逆境研究室主任。享受国务院政府特殊津贴。主持3项国家自然科学基金项目：“企业逆境管理 管理失误成因分析与企业滑坡对策研究”、“企业危机的预警原理与方法研究”和“交通灾害预警系统研究”。首次提出企业逆境管理理论和创立企业预警管理体系。已出版专著8部，发表中外文论文60余篇。

高风彦男，1965年生，管理学硕士，河北科技大学讲师。出版有《工业企业生产管理》、《财务会计学》、《财务管理学》等著作。

李东久男，1965年生，管理学硕士，高级工程师。中外合资华北制药华胜有限公司副总经理。发表多篇有关企业营销管理方面的论文。

书籍目录

目录

第一章 导论：预警管理的提出

一、企业营销环境与市场营销

(一) 企业营销环境

(二) 市场营销

二、市场营销管理

(一) 营销管理的任务和类型

(二) 营销管理的基本过程

第二章 营销预警管理对象

一、企业营销风险的结构

(一) 企业营销风险的特性

(二) 企业营销风险的类型

(三) 内因型风险分析

(四) 外因型风险分析

二、企业营销管理预警的相关研究

(一) 市场营销理论

(二) 企业组织管理理论

(三) 风险管理理论

(四) 经济预警理论

(五) 危机管理理论

三、企业营销管理预警的作用

(一) 企业营销管理预警的理论意义

(二) 企业营销管理预警的应用价值

第三章 企业营销预警管理原理

一、企业营销预警管理的基本原理

(一) 营销预警管理的对象选择

(二) 营销预警管理活动的内容

(三) 企业营销预警管理的阶段

(四) 营销预警管理的基本功能

(五) 企业营销预警管理系统的构建目标

(六) 企业营销预警管理系统的构建原则

二、企业营销预警管理的活动模式

(一) 企业营销预警管理运作模式

(二) 企业营销预警管理系统的流程

(三) 建立企业营销管理预警评价指标的原则

(四) 预警信号系统的设计

三、营销预警管理的方法

(一) 企业预警信息系统的方法

(二) 预测系统的方法

(三) 预警指标体系的方法

(四) 预警准则的方法

(五) 预控对策系统的方法

第四章 企业内部管理的预警

一、企业内部管理预警评价指标

(一) 企业内部管理预警指标体系的基本结构

(二) 企业营销内部管理结构评价指标

(三) 企业营销内部运行状态评价指标

(四) 营销行为人评价指标

二、企业内部的预警方法

(一) 预警警戒线的确定

(二) 预警评价指标的值域分析

第五章 企业外部环境预警

一、企业外部环境的预警指标

(一) 企业外部环境预警指标体系的基本结构

(二) 营销自然环境评价指标

(三) 企业竞争状态评价指标

(四) 顾客风险评价指标

(五) 供应风险评价指标

(六) 第三方风险评价指标

二、企业外部环境的预警方法

(一) 企业营销自然环境的预警方法

(二) 竞争状态的预警方法

(三) 顾客风险的预警方法

(四) 供应风险的预警方法

(五) 第三方风险的预警方法

第六章 营销预警管理对策

一、企业内部管理的预警对策

(一) 内部管理结构的预警对策

(二) 营销内部运行状态的预警对策

(三) 营销行为人的预警对策

二、企业外部环境的预警对策

(一) 外部环境预警对策的基本依据

(二) 单因素风险预警管理对策

(三) 整体营销环境预警管理战略

(四) 我国企业的营销战略

附录

一、《企业营销管理抽样调查问卷(9811A)》统计结果

二、《企业营销风险预警管理抽样调查问卷(9811B)》分析报告

三、《企业营销管理调查问卷(9811B)》样本

参考文献

后记

《企业营销预警管理》

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