

412

G713.56-42

G30

2

■ MBA 自学教材(核心课程系列) ■

营销管理速成

(下 册)

MBA 自学教材编写组

企业管理出版社

图书在版编目(CIP)数据

营销管理速成/MBA 自学教材编写组 编. - 北京:企业管理出版社,2001.8

ISBN 7-80147-572-0

I.营… II.M… III.市场营销学 IV.F713.50

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 050069 号

书 名: 营销管理速成
作 者: MBA 自学教材编写组
责任编辑: 齐 观
封面设计: 康笑宇工作室
书 号: ISBN 7-80147-572-0/F·570
出版发行: 企业管理出版社
地 址: 北京市海淀区紫竹院南路 17 号 邮编: 100044
网 址: <http://www.cec-ceda.org.cn/cbs>
电 话: 出版部 68414643 发行部 68414644 编辑部 68428387
电子信箱: 80147@sina.com emph1979@yahoo.com
印 刷: 北京泽明印刷有限责任公司
经 销: 新华书店
规 格: 850 毫米×1168 毫米 1/32 开本 24 印张 590 千字
版 次: 2001 年 8 月第 1 版 2001 年 8 月第 1 次印刷
定 价: 57.00 元(上、下册)

版权所有 翻印必究 印装有误 负责调换

下册目录

387	第十一章 营销渠道决策
388	第一节 营销渠道的性质
394	第二节 营销渠道的演变
401	第三节 营销渠道设计决策
409	第四节 营销渠道管理决策
412	第五节 营销渠道变更决策
415	第十二章 零售、批发和实物分销决策
415	第一节 零售分析
433	第二节 批发分析
443	第三节 实物分销分析
454	第十三章 沟通和促销组合决策
455	第一节 沟通过程的分析
457	第二节 有效沟通的建立
486	第十四章 广告决策
487	第一节 广告目标的设定
488	第二节 广告预算决策
491	第三节 广告信息决策
497	第四节 传播媒介决策
510	第五节 广告效果评价
516	第十五章 促销活动和公共宣传决策
516	第一节 促销活动决策
525	第二节 公共宣传决策
530	第三节 企业形象策划
540	第十六章 推销管理与人员推销决策

541	第一节	推销队伍的设计
551	第二节	推销队伍的管理
第六篇 营销活动的实施与控制		
567	第十七章	营销组织和执行
567	第一节	市场营销的组织
585	第二节	市场营销的实施
591	第十八章	市场营销控制
592	第一节	年度计划控制
604	第二节	盈利率控制
609	第三节	效率控制
611	第四节	策略控制
第七篇 现代市场营销的新发展		
627	第十九章	全球营销战略
628	第一节	全球营销战略的选择
632	第二节	全球营销环境分析
646	第三节	全球营销目标市场的选择
653	第四节	全球营销市场进入方式选择
666	第五节	全球市场营销组合策略
674	第六节	全球营销组织形式决策
682	第二十章	营销的新概念
682	第一节	网络营销
697	第二节	绿色营销
712	第三节	关系营销
727	第四节	服务营销
741	第五节	技术市场营销
750	参考文献	

