

KOT

2003

**NHÀ DOANH NGHIỆP CẦN BIẾT**

**PHILIP KOTLER**

# **NHỮNG PHƯƠNG THỨC SÁNG TẠO, CHIẾN THẮNG VÀ KHÔNG CHẾ THỊ TRƯỜNG**

*Nhóm biên dịch:*

**TS. VŨ THỊ PHƯƠNG ANH - TH.S. NGUYỄN MINH ĐỨC**

**PGS.TS. HỒ ĐỨC HÙNG - TS. NGUYỄN ĐÔNG PHONG**

**TS. PHAN ĐÌNH QUYỀN**

*Hiệu đính:* **TS. PHAN THẮNG**

ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI  
TRUNG TÂM THÔNG TIN THƯ VIỆN

No. **V-ĐD/10670**

**NHÀ XUẤT BẢN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH**

## MỤC LỤC

|                                                                                                                          |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>PHẦN I. MARKETING CHIẾN LƯỢC.....</b>                                                                                 | <b>9</b>   |
| Chương 1. KINH DOANH CÓ LỜI NHỜ LÀM MARKETING GIỎI.....                                                                  | 10         |
| Chương 2. SỬ DỤNG MARKETING ĐỂ HIỂU RÕ, TẠO RA, TRAO ĐỔI VÀ CUNG CẤP GIÁ TRỊ.....                                        | 31         |
| Chương 3. PHÁT HIỆN CÁC CƠ HỘI MARKETING VÀ TRIỂN KHAI CÁC SẢN PHẨM CÓ GIÁ TRỊ THEO THỊ TRƯỜNG MỤC TIÊU.....             | 58         |
| Chương 4. TRIỂN KHAI CÁC CHỦ TRƯỞNG GIÁ TRỊ VÀ XÂY DỰNG GIÁ TRỊ TÀI SẢN NHÂN HIỆU.....                                   | 83         |
| <b>PHẦN II: MARKETING CHIẾN THUẬT .....</b>                                                                              | <b>110</b> |
| Chương 5. TRIỂN KHAI VÀ SỬ DỤNG TÌNH BẢO MARKETING.....                                                                  | 111        |
| Chương 6. THIẾT KẾ MARKETING - MIX.....                                                                                  | 141        |
| Chương 7. KIỂM, GIỮ VÀ PHÁT TRIỂN KHÁCH HÀNG.....                                                                        | 181        |
| Chương 8. THIẾT KẾ VÀ ĐEM LẠI NHIỀU GIÁ TRỊ HƠN CHO KHÁCH HÀNG .....                                                     | 209        |
| <b>Phần III. MARKETING QUẢN TRỊ .....</b>                                                                                | <b>242</b> |
| Chương 9. HOẠCH ĐỊNH VÀ TỔ CHỨC ĐỂ MARKETING CÓ HIỆU QUẢ HƠN.....                                                        | 243        |
| Chương 10. ĐÁNH GIÁ VÀ KIỂM SOÁT KẾT QUẢ MARKETING.....                                                                  | 271        |
| <b>Phần IV: NHỮNG BIẾN THỂ CỦA MARKETING .....</b>                                                                       | <b>293</b> |
| Chương 11. THÍCH NGHI VỚI THỜI ĐẠI MỚI CỦA MARKETING ĐIỆN TỬ .....                                                       | 294        |
| <b>PHỤ LỤC. Các đặc điểm chiến lược thành công và vai trò của phòng marketing ở các ngành kinh doanh khác nhau .....</b> | <b>315</b> |