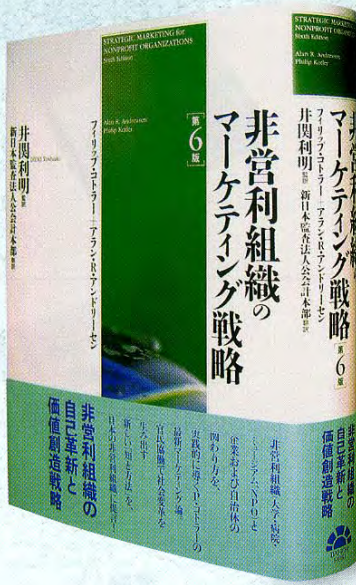


STRATEGIC MARKETING for
NONPROFIT ORGANIZATIONS Sixth Edition

非営利組織の マーケティング戦略 [第6版]



フィリップ・コトラー + アラン・R・アンドリーセン

監訳：井関利明 千葉商科大学 政策情報学部長

翻訳：新日本監査法人公会計本部

●A5判・810頁 ●定価5,250円(本体5,000円)

非営利組織(大学・病院・ミュージアム・NPO)と
企業および自治体の関わり方を、
実践的に導くP・コトラーの最新マーケティング論。
官民協働で社会変化を生み出す
新しい「知と方法」を、日本の非営利組織に提言!

目次

第1部 顧客志向の展開

- 第1章 非営利マーケティングの成長と発展
- 第2章 顧客中心志向の展開

第2部 戦略計画と組織

- 第3章 戦略的マーケティング計画
- 第4章 ターゲット顧客行動の理解
- 第5章 マーケティング情報の収集と活用
- 第6章 市場細分化、ポジショニング、ブランディング

第3部 資源の開発と組織化

- 第7章 資金の調達
- 第8章 人材の獲得：スタッフ、ボランティア、理事
- 第9章 民間部門との連携
- 第10章 実施に向けての組織づくり
- 第11章 マーケティング・ミックス計画と予算設定

第4部 マーケティング・ミックスの策定

- 第12章 組織提供物のマネジメント
- 第13章 ソーシャル・マーケティング
- 第14章 新しい提供物の開発と発売
- 第15章 コスト知覚のマネジメント
- 第16章 マーケティング行動の促進
- 第17章 コミュニケーション戦略の形成
- 第18章 コミュニケーションのマネジメント：広告と対人説得
- 第19章 公共メディアと公益擁護、政策提言活動マネジメント

第5部 マーケティング戦略のコントロール

- 第20章 評価、モニタリングおよびコントロール



第一法規

東京都港区南青山2-11-17 〒107-8560
<http://www.daiichihoki.co.jp/>