



□ □ **Джек Траут, Эл Райс**

□ □ **Маркетинговые войны**

□ □ **Продолжительность аудиокниги - 8 часов 19 минут**

«Маркетинговые войны» издаются и пользуются популярностью уже целых 20 лет. Едва ли не с первого дня выхода в свет (в 1986 году) книга стала настольным пособием для сотен тысяч профессионалов во всем мире. Сегодня невозможно найти специалиста по маркетингу, руководителя компании или менеджера, который бы не проштудировал ее. Как не найти и серьезной работы по маркетингу, в которой бы авторы не ссылались на «Маркетинговые войны».

Аудиоиздание содержит текст и комментарии авторов к тем событиям, что были описаны в оригинальном варианте книги, и дополнено массой российских примеров и кейсов, написанных по согласованию с Джеком Траутом Алексеем Сухенко — главой российского представительства компании Trout&Partners.

Содержание

- Введение
- Глава 1. 2500 лет войны
- Глава 2. Принцип силы
- Глава 3. Превосходство оборонительной позиции
- Глава 4. Новая эра конкуренции
- Глава 5. Поле битвы
- Глава 6. Стратегический квадрат
- Глава 7. Принципы оборонительной войны
- Глава 8. Принципы наступательной войны
- Глава 9. Принципы фланговой войны
- Глава 10. Принципы партизанской войны
- Глава 11. Война напитков «кола»
- Глава 12. Пивная война
- Глава 13. Война гамбургеров
- Глава 14. Компьютерная война
- Глава 15. Стратегия и тактика
- Глава 16. Маркетинговый генерал Эпилог Послесловие
- Заключение послесловия и всей книги К русскому изданию

