

<<营销策划>>

图书基本信息

书名：<<营销策划>>

13位ISBN编号：9787300150567

10位ISBN编号：730015056X

出版时间：2012-2

出版时间：中国人民大学出版社

作者：任锡源 主编

页数：256

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：<http://www.tushu007.com>

## <<营销策划>>

### 内容概要

定位准确，具有前瞻性。

本着“实效”、“必需”、“够用”并重的原则，以企业营销策划人员的实践为依据进行编写，在介绍传统营销策划理论与方法的基础上，紧密结合最新研究成果和发展趋势，对一些新兴的专题领域如口碑营销、网络营销、文化营销、服务营销和关系营销等进行阐述。

在阐述原理、介绍方法的基础上，设计出规范的策划程序和操作步骤，结合案例进行讲解，使读者能够学以致用。

体系完整，内容全面。

全书由三篇构成，第1篇重点介绍营销策划的基本原理，包括营销策划的相关概念、相关原理等。

第2篇详细分析主要营销活动环节的策划，如产品上市策划、品牌策划、分销渠道策划、广告策划、公关策划和营业推广策划等。

第3篇对专题营销活动进行阐述，包括口碑营销、网络营销、文化营销、服务营销和关系营销等。

注重案例讲解。

以丰富的案例为突出特点，案例的选择和分析力图贴近营销策划的工作实际，多数案例直接来自营销策划工作的实践，而且具有一定的普遍性和典型性。

## <<营销策划>>

### 书籍目录

#### 第1篇 营销策划理论篇

##### 第1章 营销策划概述

###### 第1节 策划与营销策划

###### 第2节 营销策划的种类

###### 第3节 营销策划学概述

##### 第2章 营销策划理论

###### 第1节 营销策划创意

###### 第2节 营销策划方法

###### 第3节 营销策划过程

##### 第3章 营销策划书写作

###### 第1节 营销策划书概述

###### 第2节 营销策划书的结构和内容

###### 第3节 营销策划书的写作技巧

###### 第4节 营销策划书的模式与范例

#### 第2篇 营销要素策划篇

##### 第4章 产品上市策划

###### 第1节 产品上市策划概述

###### 第2节 产品概念策划

###### 第3节 产品包装策划

.....

#### 第3篇 营销专题策划篇

#### 参考文献

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:<http://www.tushu007.com>