

<<策划总监>>

图书基本信息

书名：<<策划总监>>

13位ISBN编号：9787301088029

10位ISBN编号：7301088027

出版时间：2005-4

出版时间：北京大学出版社

作者：程爱学

页数：404

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>

<<策划总监>>

内容概要

《公司高管实战操典》从中国企业的实际出发，根据国际企业管理的新趋向、新理论，结合MBA经典教材和典型案例，全面阐述了各高层管理职位的基本素质要求、职责权限和工作任务，详尽介绍了各相关职位的运作程序和操作实务，解答了管理过程中可能遇到的各种问题。

这套丛书的特色，就在于它按照不同的职位，浓缩了MBA核心课程的主要内容，并根据现实需要，提供了可操作的方法与程序，无论是在职经理人还是后备经理人，都能从中获得系统的理论指导，提升自己的预见能力、决策能力，为企业管理注入新的活力，从而在市场竞争中打造企业的核心竞争力，完成自己的职责和使命。

这套丛书较之于琳琅满目的企业管理著作和大学MBA教材，最为鲜明的价值和特征是它的实战性和操作性：言简意赅，提纳挈领，系统完整。

因而，它既可作为企业高层管理者开阔眼界、增长知识、提高素质的案头必备书，也可作为MBA教育的重要辅助教材；同时，它还是企业高层管理者的实战范本。

我们相信，这套丛书将使企业管理者进入一个全新的境界，志向高远的经理人将在知识增长的过程中实现新的飞跃，并带领企业员工创造新的辉煌。

<<策划总监>>

书籍目录

第一章 策划总监的职责与任务1.1 策划总监的职责1.2 策划总监的任务1.3 策划总监的素质要求第二章 策划的基本程序和方法2.1 策划的类型与特征2.2 策划的目标与策略2.3 策划的程序与步骤2.4 策划的方法第三章 企业战略策划3.1 企业战略的特征与类型3.2 企业总体战略策划3.3 企业经营战略策划第四章 产品策划4.1 产品策划的基本内容4.2 产品策划的流程4.3 产品定位策划4.4 新产品开发策划4.5 产品策划的要点第五章 价格策划5.1 影响价格策划的因素5.2 价格策划的基本内容5.3 价格策划的基本策略5.4 价格调整策划第六章 销售渠道策划6.1 销售渠道的类型与作用6.2 销售渠道的设计6.3 销售渠道的管理6.4 营销网络构建第七章 广告策划7.1 广告策划的内容与特征7.2 广告战略策划7.3 广告定位策划7.4 广告创意策划7.5 广告媒体策划第八章 市场推广策划8.1 市场推广策划的程序8.2 市场推广策划的作用8.3 市场推广的策略8.4 市场推广策划的误区第九章 促销策划.....第十章 公关策划第十一章 品牌策划第十二章 企业形象策划主要参考文献

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>