

<<企业营销策划>>

图书基本信息

书名：<<企业营销策划>>

13位ISBN编号：9787302273547

10位ISBN编号：7302273545

出版时间：2012-3

出版时间：清华大学出版社

作者：庄贵军 编

页数：391

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>

<<企业营销策划>>

内容概要

企业营销策划指根据企业的整体战略，通过对企业内部条件与外部环境的分析，精心构思、设计和组合营销因素，高效率地将产品或服务推向目标市场的操作程序。

作为一门课程，企业营销策划以培养学生实际的营销策划操作能力为主要目的。

《企业营销策划(第二版)》介绍企业营销策划的基本概念、程序和方法，内容包括市场调研与市场调研策划、企业营销环境分析、确定目标市场、营销组合策划以及一些主要的营销项目策划，如产品策划、品牌策划、价格策划、营销渠道策划、宣传与沟通策划和关系营销策划等。

本书在内容上，强调本土化、可操作性、整体的营销策划与项目策划相结合。

为此，在每一章的后面，都提供了适宜教学和学生自己练习的中国本土案例。

作者简介

庄贵军 博士，西安交通大学管理学院教授。
《管理科学学报》副主编。
曾在European Journal of Marketing, Industrial Marketing Management, Journal of Marketing Channels , Journal of International Business Studies , Journal of Business Ethics等国外刊物和《管理世界》、《管理科学学报》、《南开管理评论》、《营销科学学报》、《系统工程理论与实践》、《管理科学》等国内刊物发表论文多篇。
主持和在研国家自然科学基金项目四项。
2006年入选教育部“新世纪优秀人才支持计划”。

<<企业营销策划>>

书籍目录

第一章 企业营销与策划

第一节 企业营销与营销理念

第二节 策划

第三节 策划理念与策划方法

第四节 中国的策划业

本章小结

思考题

参考文献

附录1管理学案例教学的要素和流程

案例1.1 “三鹿问题奶粉”事件

案例1.2奥克斯空调的“米卢风暴”

第二章 企业营销策划及其程序

第一节 企业营销策划

第二节 营销策划人

第三节 企业营销策划的程序

第四节 企业营销策划书的内容与格式

本章小结

思考题

参考文献

附录2企业营销策划书正文的通用格式

案例2.1圣象地板的品牌策划

案例2.2策划文案是“熬”出来的

第三章 市场调研与市场调研策划

第一节 营销信息与营销信息系统

第二节 市场调研的内容与类型

第三节 市场调研的程序

第四节 市场调研策划

本章小结

思考题

参考文献

案例3.1新浪网“任你邮”用户调查

案例3.2购物中心大额购买者与小额购买者的行为比较

第四章 企业营销环境分析

第一节 企业营销的内部环境分析

第二节 企业营销的外部环境分析

第三节 企业营销的swot分析

本章小结

思考题

参考文献

案例4.1西安开米

案例4.2贵州茅台

第五章 企业的营销战略策划

第一节 企业的营销战略

第二节 确定企业的营销目标

第三节 市场细分

<<企业营销策划>>

第四节 目标市场选择

第五节 定位战略

本章小结

思考题

参考文献

附录3聚类分析的原理

案例5.1商业银行个人理财业务的市场细分

案例5.2寻找中国饼干市场的缺口

案例5.3红旗轿车应该怎样定位?

第六章 企业的营销战术策划

第一节 营销因素

第二节 营销因素组合

第三节 企业营销组合的策划思路

本章小结

思考题

参考文献

附录4问题解决型营销组合策划的逻辑思路

案例6.1脑白金的定位与营销创新

案例6.2田七牙膏高端市场的营销组合策略

第七章 企业产品策划

第一节 产品的概念

第二节 产品的因素组合策划

第三节 新产品开发与推广策划

第四节 产品组合与相关的营销策划问题

第五节 服务的设计和营销策划

本章小结

思考题

参考文献

案例7.1光泰果树营养肥的市场开拓问题

案例7.2银行的排队问题

第八章 品牌策划

第一节 品牌的内涵与作用

第二节 品牌决策的内容与品牌策划

第三节 品牌命名与设计

第四节 品牌扩展策划

本章小结

思考题

参考文献

案例8.1王麻子剪刀

案例8.2不该争的第二个标王

第九章 企业价格策划

第一节 价格构成

第二节 价格的基础与企业定价权

第三节 企业的定价目标

第四节 企业的定价方法

第五节 企业价格策划的程序

本章小结

<<企业营销策划>>

思考题

参考文献

案例9.1 高端白酒涨价

案例9.2 宝洁降价的背后

第十章 企业营销渠道策划

第一节 营销渠道

第二节 企业的营销渠道管理

第三节 企业的渠道结构设计

第四节 企业的渠道治理策略

第五节 企业营销渠道策划的基本思路

本章小结

思考题

参考文献

案例10.1 格力与国美的冲突与合作

案例10.2 旭日为什么升起又落下

案例10.3 海信广场的渠道功能重组

第十一章 企业宣传与沟通策划

第一节 企业的营销信息传播

第二节 企业营销信息的传播工具

第三节 企业整合营销传播策划

本章小结

思考题

参考文献

案例11.1 玉兰油促销活动纪实

案例11.2 钱山熊胆酒报纸广告文案策划

案例11.3 关于巩俐广告事件的讨论

第十二章 企业形象策划

第一节 企业形象与企业识别系统

第二节 企业识别系统的导入

第三节 企业理念识别系统的策划

第四节 企业行为识别系统的策划

第五节 企业视觉识别系统的策划

本章小结

思考题

参考文献

案例12.1 泰尔公司的形象策划

案例12.2 太阳神：一个逝去的神话

第十三章 会展策划

第一节 会展的内涵与分类

第二节 会展策划的内容与程序

第三节 主题会展策划

第四节 企业参展策划

本章小结

思考题

参考文献

案例13.1 2003北京国际dv论坛招商细则

案例13.2 橘子洲世界城市论坛暨世界城市公园主题策划

<<企业营销策划>>

- 第十四章 关系营销策划
 - 第一节 关系营销的内涵与基本理论
 - 第二节 关系营销的动态组合
 - 第三节 企业的关系营销策划与实施
 - 本章小结
 - 思考题
 - 参考文献
 - 案例14.1 企业实施crm的败因
 - 案例14.2 zg电信针对龙泉宾馆的大客户营销
 - 第十五章 企业营销策划的实施与监控
 - 第一节 企业的营销组织
 - 第二节 企业营销策划实施
 - 第三节 营销策划实施监控
 - 第四节 营销策划实施的绩效评估
 - 本章小结
 - 思考题
 - 参考文献
 - 案例15.1 灵丹草为什么会败北?
 - 案例15.2 xyz公司的营销诊断报告
- 第一版后记

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>