

<<营销策划学>>

图书基本信息

书名：<<营销策划学>>

13位ISBN编号：9787501784875

10位ISBN编号：7501784876

出版时间：2008-4

出版时间：中国经济出版社

作者：李本辉，邓德胜 著

页数：209

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>

<<营销策划学>>

内容概要

《营销策划学》是作者多年来市场营销教学和科研实践经验积累的产物。书中简明扼要地介绍了现代市场营销的基础理论，着重阐述营销策划实务，既有概论的叙述，又有具体的工作步骤，并附有大量经典案例的介绍，以期深入浅出地启迪读者思路，指导具体操作。该书可供各大专院校作为教材使用，也可供从事相关工作的人员作为参考用书使用。

<<营销策划学>>

作者简介

李本辉，男，硕士，湖南省管理与科学学会理事、湖南省市场学会常务理事。师从中国工程院常务副院长王淀佐院士，中国人民大学人力资源学院彭剑锋教授、工商管理学院张立翔教授。

曾在新加坡国立工商大学进修学习。

历任冶金工业部长沙设计院高级工程师、高级经济师；唐人神集团公司副总、总经理；创新集团副总、加华生物科技集团副总裁，2004年起任中南林业科技大学副教授、硕士生导师。

参加工作以来致力于市场营销策划实践和市场营销学的研究。

先后主编《新市场营销学》、《营销策划学》等4部教材或专著。

主要研究企业发展战略和文化建设，营销决策管理和供应链管理，承担省级以上科研课题6项，企业横向课题30余项，发表学术论文20多篇。

<<营销策划学>>

书籍目录

第一章 营销策划概述第一节 认识策划第二节 营销策划的类型第三节 营销策划的误区第二章 营销策划原理与原则第一节 营销策划的原理第二节 营销策划的原则第三章 营销策划方法第一节 策划的基本方法第二节 创造性思维方法第三节 个体思维策划方法第四节 集思广益策划方法第四章 营销策划分析第一节 市场营销环境分析第二节 营销策划SWOT分析第五章 营销策划作业第一节 营销策划组织与人员素质第二节 营销策划程序第三节 营销策划文案第六章 产品策略策划第一节 产品策略策划的概念和内容第二节 产品综合设计第七章 价格策略策划第一节 定价目标的选择第二节 定价需要考虑的因素第三节 定价方法选择第四节 定价策略第五节 价格调整策略第八章 渠道策略策划第一节 销售渠道的含义与选择第二节 营销渠道模式的选择第三节 营销渠道设计第四节 渠道管理第九章 促销策略策划第一节 促销与促销组合第二节 人员推销第三节 广告促销第四节 公共关系促销第五节 营业推广策略第十章 市场营销计划制定、执行与控制策划第一节 营销组织设计第二节 营销计划的制定第三节 营销计划的内容第四节 营销计划的执行和控制主要参考文献

章节摘录

第一章 营销策划概述 第一节 认识策划 一、策划的历史渊源 古人云：“凡事预则立，不预则废。

”预，就是要事先做好准备，并进行必要的策划。

可见，人类的活动是一种有目的的实践活动，其策划思想及实践活动也源远流长。

春秋战国时期，除了儒、道、法以及纵横家之外，以孙武为首的兵家也在当时策划的活动中占有一席之地。

孙武所著的《孙子兵法》，是中国古代最早的军事名著，概述总结了春秋末期及其以前的作战经验，揭示了战争的一些重要规律。

《孙子兵法》作为百世兵书，虽然主要论述的是军事上的对抗谋略，但其运筹定计的原则和思想可为一般策划所借鉴。

春秋战国之后，策划学说更是随处可见。

融汇了中华民族智慧的《三国演义》，写的虽是1700多年前魏、蜀、吴三分天下，互相征伐的故事，但实际上也融入了从春秋战国至元末的兵书和军事策划的精华。

我国古代丰富的策划实践和策划思想，为人类的策划宝库增添了永久光辉的宝贵内容，也为中华五千年的历史留下了一段段华彩乐章。

同样，其他民族的许多具有卓越策划才能的杰出人物，也运用他们的超凡智慧，创造了一个又一个奇迹。

总结人类文明史中策划思想和实践的发展，往往集中于政治、军事领域及一些雄伟工程的建设，还未扩展到其他领域。

但随着时代的发展，策划也随之发展变化。

现代企业所进行的多种形式的策划活动，对企业的生产经营和发展起到了极为重要的作用。

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>