

<<营销策划原理与案例>>

图书基本信息

书名：<<营销策划原理与案例>>

13位ISBN编号：9787513011471

10位ISBN编号：7513011478

出版时间：2012-4

出版时间：知识产权出版社

作者：李百吉

页数：299

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>

<<营销策划原理与案例>>

前言

随着我国大学由精英教育向大众教育的转变，高等教育面临着高端知识教育与基础知识教育的新矛盾。

一方面需要了解高端科学知识；另一方面需要普及基础科学知识。

而稀缺的教育资源要优先为最大多数学生的最大利益服务，与之相适应的主要教育内容应是基础科学知识。

第一，我国高校学生日渐增多，师资力量增长远跟不上学生数量的增长；第二，高校办学软硬件条件的改善与跟进，需要长期积累与经济发展保障；第三，多数学生的就业目标是企事业实际工作而不是科研或教育工作；第四，多数用人单位对高校毕业生能力的要求标准，是学生的综合素质；第五，知识经济的迅速遍及，对具备基础科学知识的大学生产生大量需要。

上述各种变量，形成了多数高校本科教育的知识供给约束，促成了多数学生对知识的需求选择，共同决定了我国高校应以基础科学知识教育为主的本科教育取向。

在这样的真实背景下，高等教育的教材编写方式也要随之转变和改进。

编写营销策划本科教材，首先要回答的问题是：为什么人写教材？

写什么样的教材？

答案是为大多数学生写教材，写大多数学生能读懂、听懂的教材。

美国经济学家格里高利？

曼昆的经济学教材之所以风靡全球，重要原因是他写的教材深入浅出和通俗易懂。

这正是我们编撰这本营销策划教材的根本出发点和指导思想。

《营销策划原理与案例》以营销策划原理为主线，以营销策划案例为主体，以理论结合实际为主导，构建全书统一的纲要框架，进而从营销策划的各个方位，形成每一章节的核心内容。

全书系统介绍了营销策划概述、营销策划的流程与组织、营销策划创意、营销战略策划、企业形象与品牌策划、广告与公关策划、市场调查策划、STP营销策划、4P营销策划和营销策划新发展，包括绿色营销策划、网络营销策划、体验营销策划、关系营销策划和全球营销策划，以及营销策划书的编写等主要的基础知识内容。

《营销策划原理与案例》结构新颖，内容全面，案例丰富，融会贯通，可读性强。

既可作为高等院校市场营销及相关专业的教材，也可作为从事营销管理、营销策划人员的参考书，还可以作为销售人员与销售管理人员、广告策划人员的学习和培训用书。

对希望了解营销策划知识的读者来说，《营销策划原理与案例》也是一本理想的入门读物。

<<营销策划原理与案例>>

内容概要

本书系统介绍了营销策划概述、营销策划的流程与组织、营销策划创意、营销战略策划、企业形象与品牌策划、广告与公关策划、市场调查策划、STP营销策划、4P营销策划和营销策划新发展,包括绿色营销策划、网络营销策划、体验营销策划、关系营销策划和全球营销策划,以及营销策划书的编写等主要的基础知识。

本书既可作为高等院校市场营销及相关专业的教材,也可作为从事营销管理、营销策划人员的参考书,还可以作为销售业务与销售管理人员、广告策划人员的学习和培训用书。

<<营销策划原理与案例>>

作者简介

李百吉，男1962年3月生，教授，博导，中国矿业大学（北京）管理学院市场营销系主任。1996年毕业于中国社会科学院，经济学博士，北京市师德标兵，中国管理现代化研究会（中国管理学会）营销管理专业委员会委员。
主要研究宏观经济、金融工程与风险管理、市场营销、能源经济管理。

王钰鉴，男，1985年5月生，中国矿业大学（北京）管理学院硕士研究生，企业管理专业。

2009年毕业于黑龙江工程学院人文科学系，曾担任系学生会主席，多次获院优秀学生干部、院十佳学生、黑龙江省优秀学生干部等荣誉称号。
主要研究方向为市场营销管理与策划，特别对我国房地产政策与市场走向有持续深入的研究。

<<营销策划原理与案例>>

书籍目录

第1章 营销策划概述

学习目标

纲要图解

导读案例

1.1 营销策划的内涵

1.2 营销策划的分类

1.3 营销策划的特征

1.4 营销策划的作用

章结案例

思考习题

参考文献

第2章 营销策划的流程与组织

学习目标

纲要图解

导读案例

2.1 营销策划流程

2.2 营销策划组织

章结案例

思考习题

参考文献

第3章 营销策划创意

学习目标

纲要图解

导读案例

3.1 创意的作用与来源

3.2 创意的技法与效果评定

3.3 创意的培养与开发途径

章结案例

思考习题

参考文献

第4章 营销战略策划

学习目标

纲要图解

导读案例

4.1 营销战略策划概述

4.2 营销战略策划的步骤

4.3 营销战略控制的关键点

章结案例

思考习题

参考文献

第5章 企业形象与品牌策划

学习目标

纲要图解

导读案例

5.1 企业形象策划

<<营销策划原理与案例>>

5.2 企业品牌策划

章结案例

思考习题

参考文献

第6章广告与公关策划

学习目标

纲要图解

导读案例

6.1 广告策划

6.2 公关策划

章结案例

思考习题

参考文献

第7章市场调查策划

学习目标

纲要图解

导读案例

7.1 市场调查方法的选择

7.2 问卷设计的方法

7.3 市场调查策划流程

章结案例

思考习题

参考文献

第8章STP营销策划

学习目标

纲要图解

导读案例

8.1 市场细分策划

8.2 目标市场策划

8.3 市场定位策划

章结案例

思考习题

参考文献

第9章4P营销策划

学习目标

纲要图解

导读案例

9.1 产品策划

9.2 定价策划

9.3 分销策划

9.4 促销策划

章结案例

思考习题

参考文献

第10章营销策划新发展

学习目标

纲要图解

<<营销策划原理与案例>>

导读案例

10.1 绿色营销策划

10.2 网络营销策划

10.3 体验营销策划

10.4 关系营销策划

10.5 全球营销策划

章结案例

思考习题

参考文献

第11章营销策划书的编写

学习目标

纲要图解

导读案例

11.1 营销策划书的作用与编写原则

11.2 编写营销策划书的技巧与一般方法

11.3 营销策划书的格式要素

11.4 各种营销策划书的构成举例

章结案例

思考习题

参考文献

<<营销策划原理与案例>>

编辑推荐

适合大学市场营销专业学生，广大营销人员及营销管理人员，等等。

<<营销策划原理与案例>>

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>