

<<市场营销策划实务>>

图书基本信息

书名：<<市场营销策划实务>>

13位ISBN编号：9787564035198

10位ISBN编号：7564035196

出版时间：2010-7

出版单位：北京理工大学

作者：董新春//谢芳//涂宇胜

页数：335

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>

<<市场营销策划实务>>

内容概要

《市场营销策划实务》是市场营销在实战应用中最广泛的专业课程，也是对学生掌握各种创新思维与方法实际能力的检验。

杜拉克在他的《管理务实》一书中曾指出：“任何企业都有且只有两个最基本的功能，那就是营销与创新。

”可见，市场营销策划在企业经营中的地位是很重要的。

本书在编著过程中参考了：大量营销专著与原创性典型案例，在市场营销学理论的基础上，结合我国国情和市场实际，力求超越技术层面的局限，释放人的思维的锻造性与想象力。

全书紧紧围绕九大策划主题一脉穿底，即市场调查策划、市场营销战略策划、产品策划、价格策划、渠道策划、促销策划、企业形象策划、服务营销策划、网络营销策划等。

本书从市场营销策划的基础知识入手，系统地阐述了市场营销策划的理论、目的与任务、策划原则以及策略与方法等。

同时，每章结尾穿插案例分析与实训项目，在实际案例剖析中运用、回顾本章知识要点。

<<市场营销策划实务>>

书籍目录

第1章 市场营销策划概述 第一节 市场营销与市场营销策划 第二节 市场营销策划的基本原则
第三节 市场营销策划的一般流程第2章 市场营销策划的创意与方法 第一节 市场营销策划创
意解读 第二节 创意思维的培养与开发 第三节 市场营销策划的方法第3章 市场营销策划书
的撰写 第一节 市场营销策划书概述 第二节 市场营销策划书的格式与内容 第三节 市场营
销策划书的撰写技巧第4章 市场调查策划 第一节 市场营销调研概述 第二节 营销调研内容策划
第三节 营销调研流程策划 第四节 营销调研方案策划 第五节 营销调研问卷设计第5章 市场
营销战略策划 第一节 市场营销战略概述 第二节 企业市场营销战略的基本要素 第三节 市场
营销环境分析 第四节 企业STP营销战略 第五节 市场竞争战略策划第6章 产品策划 第一节
新产品开发与推广策划 第二节 产品实体策划 第三节 产品组合策划 第四节 品牌与商标策划
第7章 价格策划 第一节 价格策划概述 第二节 价格策划的基本策略与手段 第三节 产品价
格调整策划 第四节 价格策划中的风险防范第8章 渠道策划 第一节 销售渠道策划 第二节
直复营销策划 第三节 物流系统策划第9章 促销策划 第一节 促销策划概述 第二节 广告策
略 第三节 推销策略 第四节 营业推广策划 第五节 公共关系策略第10章 企业非形象策划
第一节 企业形象策划概述 第二节 企业形象识别系统策划 第三节 企业形象策划应注意的问题
第11章 服务营销策划 第一节 服务营销策划概述 第二节 服务质量管理 第三节 服务的有形
展示策划第12章 网络营销策划 第一节 网络营销的内涵与特点 第二节 网络营销策略组合第13
章 市场营销策划管理 第一节 市场营销策划的组织与人员 第二节 市场营销策划的实施与控制
第三节 市场营销策划的效果评价参考文献

<<市场营销策划实务>>

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>