

<<营销策划实务>>

图书基本信息

书名：<<营销策划实务>>

13位ISBN编号：9787811236590

10位ISBN编号：7811236591

出版时间：2009-8

出版时间：北京交通大学出版社

作者：高南林 著

页数：288

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>

<<营销策划实务>>

内容概要

《营销策划实务》共包括九个营销策划基本任务，任务一为全面认识企业、市场、产品及营销策划，任务二为进行市场调研，任务三为营销策略制定，任务四为产品策划，任务五为定价策划，任务六为选择分销渠道，任务七为促销策划，任务八为营销创新理念。

《营销策划实务》内容按照真实任务、理论导入、阅读材料、课堂讨论、课堂游戏、课后拓展、技能自测、案例分析、实训操作等进行内容编排，很好地体现了理论与实践结合，教学“一体化”的高职高专教学要求。

《营销策划实务》可作为高职高专市场营销专业教材，也可作为其他各类院校营销策划类专业的教材，同时也可用于营销策划从业人员与自学人员的学习培训用书。

<<营销策划实务>>

书籍目录

任务1 全面认识企业、市场、产品及营销策划1.1 了解企业产品与市场1.1.1 市场营销、营销策划的基本含义1.1.2 市场营销涉及的相关概念1.2 了解行业营销策划现状1.3 了解企业营销策划书的结构及主要内容任务2 进行市场调研2.1 确定市场调研内容2.1.1 宏观环境调研2.1.2 行业及竞争者调研2.1.3 市场供求与消费现状调研2.1.4 企业内部调研2.1.5 营销组合调研2.2 市场调研策划流程2.2.1 调研策划的准备阶段2.2.2 调研策划的设计阶段2.2.3 调研策划的实施阶段2.2.4 调研策划的结论阶段2.3 调查问卷设计2.3.1 市场调查的方法2.3.2 市场调查问卷的设计2.4 撰写市场调查报告2.4.1 市场调查报告的内容与结构2.4.2 市场调查报告的撰写要求及注意事项任务3 营销策略制定3.1 进行市场细分3.1.1 市场细分的概念3.1.2 市场细分的依据3.1.3 市场细分的原则3.2 目标市场选择3.3 市场定位3.3.1 市场定位的含义3.3.2 影响市场定位的因素3.3.3 市场定位方式3.4 市场竞争战略3.4.1 市场主导者战略3.4.2 市场挑战者战略3.4.3 市场跟随者战略3.4.4 市场补缺者战略3.4.5 市场营销战略的制定和实施3.5 市场营销战略管理及战略分析方法3.5.1 企业战略3.5.2 市场营销计划3.5.3 市场营销计划的实施和评价任务4 产品策划4.1 理解产品概念4.1.1 产品概念4.1.2 产品组合4.1.3 品牌和商标4.1.4 包装和标签4.1.5 服务4.1.6 产品组合策划4.2 产品生命周期理论应用4.2.1 产品生命周期的含义及各阶段特征4.2.2 产品生命周期各阶段的营销策略4.3 品牌4.3.1 品牌的概念4.3.2 品牌战略4.3.3 品牌战略规划制定步骤4.4 产品包装4.4.1 包装及分类4.4.2 包装策略4.4.3 包装设计4.5 新产品开发4.5.1 新产品的类别4.5.2 新产品开发程序4.5.3 新产品采用者的类型任务5 定价策划5.1 了解影响企业产品定价的因素5.1.1 价格含义5.1.2 价格策划考虑的因素5.1.3 企业定价方法5.1.4 价格策划的程序5.2 新产品入市价格策划5.2.1 新产品投入市场时的特征及定价要求5.2.2 新产品价格的策划方案5.3 产品调价策划5.3.1 主动提价策划5.3.2 主动降价策划5.3.3 面对竞争者调价的反应策划5.3.4 企业避让恶性价格竞争风险的策划任务6 选择分销渠道6.1 了解分销渠道的作用和类型6.1.1 分销渠道的作用6.1.2 分销渠道的类型6.2 分销渠道的设计与管理6.2.1 分销渠道设计6.2.2 分销渠道管理6.3 批发与零售6.3.1 中间商6.3.2 批发6.3.3 零售6.4 物流6.4.1 物流的概念6.4.2 物流的职能6.4.3 物流的发展6.4.4 影响分销渠道选择的因素6.4.5 评估渠道方案的标准任务7 促销策划7.1 促销组合7.1.1 促销的含义7.1.2 促销组合7.1.3 影响促销组合的因素7.2 人员推销7.2.1 人员推销的特点7.2.2 人员推销的程序7.2.3 人员推销的策略与技巧7.3 广告7.3.1 广告概述7.3.2 广告媒体的选择7.3.3 广告创意7.3.4 广告费用预算7.3.5 广告效果评估7.4 营业推广7.4.1 营业推广7.4.2 营业推广计划的组织和实施7.5 公共关系7.5.1 公共关系的特点7.5.2 公共关系的应用方法7.5.3 公共关系活动的决策任务8 营销创新理念8.1 绿色营销8.2 关系营销8.3 数字化营销8.4 体验营销8.5 服务营销8.6 整合营销传播8.7 网络营销8.8 文化营销8.9 创新营销参考文献

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>