

<<市场营销策划>>

图书基本信息

书名：<<市场营销策划>>

13位ISBN编号：9787811341836

10位ISBN编号：7811341832

出版时间：2008-8

出版时间：对外经济贸易大学出版社

作者：霍亚楼，王志伟 主编

页数：358

字数：466000

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>>

内容概要

本教材共十六章，共分为四篇。

第一篇是营销策划概述，由第一章到第四章组成。

内容主要是企业营销策划的基本知识介绍、营销策划的准备工作、营销策划书的通用格式和营销策划方案的实施与控制。

第二篇是营销战略策划，由第五章到第七章组成。

内容包括市场调研策划、企业内外部营销环境分析、企业的营销战略策划（包括STP分析，即关于市场细分、确定目标市场和市场定位的策划，同时还详细介绍了市场竞争战略策划、企业形象战略策划和顾客满意战略策划）。

第三篇为企业的营销战术策划，由第八章到第十二章组成。

内容涉及企业的产品策划、价格策划、促销策划和营销渠道策划等。

在本篇中，首先介绍了营销战术组合策划，然后分章介绍了战术策划的具体内容，本章内容与营销战略策划相互支撑，浑然一体，组成了营销策划的知识框架。

第四部分由第十三章到十六章组成。

内容为营销创新策划，包括目前比较热点的网络营销策划、绿色营销策划、体育营销策划和一对一营销策划。

本书可作为高职高专院校管理类、经济类各专业的教材或参考书，也可作为企业营销管理人员的培训教材以及应用型本科的教材。

<<市场营销策划>>

书籍目录

第1章 市场营销策划概述 1.1 策划与营销策划 1.2 市场营销策划的类型 1.3 市场营销策划的基本特点 1.4 市场营销策划的作用 1.5 市场营销策划的原则 1.6 市场营销策划的研究对象 1.7 营销策划的误区第2章 营销策划的准备工作 2.1 营销策划问题的界定 2.2 营销策划机构的建立 2.3 营销策划经费预算 2.4 信息的收集第3章 营销策划书 3.1 营销策划书概述 3.2 营销策划书的基本内容 3.3 营销策划书的撰写技巧第4章 策划方案的实施与控制 4.1 营销策划书的推销 4.2 营销策划书的实施 4.3 营销策划实施的控制 4.4 营销策划书实施效果测评与反馈第5章 市场调研策划 5.1 市场调研概述 5.2 市场调研的操作程序 5.3 设计调研技术 5.4 市场调研策划的组织实施第6章 市场营销环境的分析与评价 6.1 市场营销环境概述 6.2 微观营销环境 6.3 宏观营销环境 6.4 SWOT分析第7章 营销战略策划 7.1 营销战略概述 7.2 营销战略的STP策划 7.3 其他营销战略类型策划第8章 营销战术策划综述 8.1 营销组合策划 8.2 营销战术策划第9章 产品策划 9.1 产品策划概述 9.2 单一产品策划 9.3 产品组合策划 9.4 新产品开发与推广策划 9.5 品牌与包装策划第10章 价格策划 10.1 价格策划概述 10.2 价格策划的步骤 10.3 定价方法策划 10.4 定价策略策划第11章 促销策划 11.1 广告策划 11.2 SP策划 11.3 公关策划 11.4 推销策划第12章 分销渠道策划 12.1 分销渠道结构策划 12.2 分销渠道设计策划 12.3 分销渠道管理策划 12.4 物流系统策划第13章 网络营销策划第14章 绿色营销策划第15章 体育营销策划第16章 一对一营销策划参考文献

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>