

<<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：9787040195156

10位ISBN编号：7040195151

出版时间：2006-7

出版时间：岑詠霆、汤寿椿 高等教育出版社 (2006-07出版)

作者：岑詠霆，汤寿椿 编

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>

<<市场营销策划>>

内容概要

《企业营销策划》出版至今已经有五年多时间了。在这段时间，国务院多次召开了全国职业教育工作会议，会议不但对全国职业教育的发展提出了纲领性文件，并且对职业教育的专业建设、课程建设和教材建设提出了原则性的指导意见。这些文件和意见对于从事高等职业教育的广大教育工作者、对于在高等职业教育教材改革的园地中辛勤耕耘的广大编著者都是一个巨大的鼓舞和鞭策。

《21世纪高职高专市场营销类专业系列教材：市场营销策划》就是在教材中力图把理论教学和企业营销策划的实际活动密切结合起来，在教学中以简明扼要的叙述介绍营销策划的一般理论，同时引入了大量的案例，进行案例教学。

<<市场营销策划>>

书籍目录

第一章 营销与营销策划 第一节 市场与市场营销 第二节 策划与营销策划 第三节 企业营销策划的内容 实训准备第二章 市场营销策划的流程 第一节 市场营销策划的原则 第二节 市场营销策划的流程 第三节 策划创意的常用方法 实训1 策划创意案例演讲赛第三章 寻求市场营销机会 第一节 调查市场实况 第二节 寻求市场机会 第三节 确定市场营销机会 实训2 保健品市场机会探寻第四章 优选目标市场 第一节 细分市场 第二节 优选企业的目标市场 第三节 影响企业选择目标市场营销策略的因素 实训3 香水细分市场探讨第五章 市场定位策划 第一节 市场定位需要创新策划 第二节 市场定位的基本流程 第三节 市场定位的基本策略 实训4 四种香皂的市场定位分析研究第六章 竞争战略策划 第一节 识别竞争对手 第二节 企业可运用的基本竞争战略 第三节 企业竞争战略策划 实训5 可口可乐与百事可乐市场竞争战略策划分析第七章 产品策划 第一节 产品概念和产品策划 第二节 产品策划的项目 第三节 现有产品的营销策划 第四节 新产品开发策划 实训6 家电新产品产品策划评析第八章 价格策划 第一节 价格和价格策划 第二节 定价策划 第三节 调价的策划 实训7 服装市场价格策划评析第九章 分销渠道策划 第一节 分销和分销渠道 第二节 设计分销渠道模式 第三节 组建分销渠道系统 第四节 策划实体分配 实训8 企业分销渠道实地参观访问第十章 商业广告策划 第一节 确定广告诉求对象 第二节 广告创意策划 第三节 广告媒体策划 第四节 广告预算的决策 实训9 化妆品广告创意策划第十一章 人员推销的策划 第一节 推销的现代观念 第二节 人员推销策划 第三节 管理推销人员 实训10 “小奴隶”捶击敲背机人员推销策划第十二章 营业推广策划 第一节 营业推广和营业推广策划 第二节 营业推广的方式 第三节 儿童食品营业推广策划 实训11 公关策划第十三章 公关的促销功能 第一节 企业营销公共关系的处理 第二节 公关促销的策划 第三节 化妆品公关促销活动策划 实训12 顾客服务策划第十四章 服务营销时代的到来 第一节 服务策划的流程 第二节 服务内容的策划 第三节 服务内容的策划 实训13 电脑顾客服务策划(头脑风暴法)

编辑推荐

《企业营销策划》编写之初，编者力图在教材中体现高等职业教育教材的特色。提出的编写原则之一就是在教材中力图把理论教学和企业营销策划的实际活动密切结合起来，在教学中以简明扼要的叙述介绍营销策划的一般理论，同时引入了大量的案例，进行案例教学。应用本书的广大教师的教学实践证明，这一原则是正确的。案例教学不但体现了高等职业教育——“实际、实用、实践”的特色，同时也为教师在教学中以生为本，充分发挥教师的主导作用和充分调动学生自主作用、营造师生互动的良好氛围开拓了活动空间。

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>