

<<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：9787040217278

10位ISBN编号：7040217279

出版时间：2011-10-01

出版时间：高等教育出版社

作者：吴宪和

页数：369

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

根据“理论必需和够用”原则，本教材重点在“应用性”上下功夫。在章首，不仅有“知识要点”提示，还设有“能力要点”；在章尾，不仅有“案例与分析”，还安排有“实训题”。

所有这些都是为了引导学生深入理解所学知识，并在练习中激发学生的学习主动性和学习兴趣。同时，在编写方法上，突出基本原理的实践性和操作性，并以大量的案例来支撑原理和提升原理，使市场营销策划原理深深地印入学生心中。

<<市场营销策划>>

书籍目录

第一章 概述第一节 市场营销与市场营销策划第二节 市场营销策划的内容第三节 市场营销策划的基本原则第四节 市场营销策划的基本方法分析与思考第二章 市场营销策划目标的选定第一节 发现市场机会第二节 确定营销策划目标第三节 量化营销策划目标分析与思考第三章 市场营销方案的设计、选择与计划第一节 市场营销方案设计第二节 市场营销方案选择第三节 制订营销行动计划分析与思考第四章 市场营销方案的实施、控制与评估第一节 市场营销方案的实施第二节 市场营销控制第三节 市场营销方案实施效果的评估分析与思考第五章 营销策划书的撰写第一节 营销策划书概述第二节 营销策划书的格式与内容第三节 营销策划书的撰写技巧分析与思考第六章 市场营销战略策划第一节 市场定位策划第二节 竞争战略策划第三节 品牌战略策划分析与思考第七章 产品开发与管理策划第一节 新产品开发策划第二节 产品组合策划第三节 产品实体策划分析与思考第八章 市场营销沟通策划第一节 商务谈判策划第二节 广告宣传策划第三节 公共关系策划第四节 销售促进策划分析与思考第九章 销售策划第一节 销售渠道策划.....第十章 服务与客户关系管理策划第十一章 电子商务与网络营销策划第十二章 市场营销中的法律问题参考文献教学课件索取单

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>