

<<营销策划案例分析>>

图书基本信息

书名：<<营销策划案例分析>>

13位ISBN编号：9787111222873

10位ISBN编号：7111222873

出版时间：2007-10

出版时间：机械工业出版社

作者：邓镛

页数：325

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>

<<营销策划案例分析>>

内容概要

本书根据市场营销学的基本原理和中国市场营销的实际情况按五大模块对营销策划方略展开论述：营销策划基本原理、技巧和误区；营销观念和营销机会，目标市场的选择和竞争策略，以4P为核心的营销组合策划，营销策划书的编制、实施与评估。

本书结构清晰。

逻辑性强，从理论、实务、案例三维视角展开论述，将实战中的经验、案例优化结合在每章节的重要原理中，力图成为融“原理、实战原则或要点以及案例”为一体的现代企业营销策划方略，超越了传统营销策划书籍中理论、实务、案例三者相分离的弊端。

本书重点突出营销策划理论在实践中的运用，编选中外企业营销实例100多篇，把一幅幅云谲波诡的营销实战展现在读者面前，既让读者欣赏到西方营销大师的营销杰作，给读者以启迪，又能透过我国大量知名企业的营销实践，分析其中的成败得失，从中探求营销真谛，从而打开企业营销策划的成功之门。

本书可作为高等院校市场营销专业教材，也可供其他经管类专业学生使用，还可供企业经营管理和营销策划人员在实际工作中参考。

<<营销策划案例分析>>

书籍目录

序前言绪论第一部分 企业营销策划的基本原理、技巧和误区第一章 企业营销策划的基本含义第一节 什么是企业营销策划第二节 企业营销策划的前提：产品及公司的实力第三节 企业营销策划的基础：商业信息的收集及分析第四节 企业营销策划的灵魂：新颖可行的创意第五节 企业营销策划的执行保障：良好的企业文化思考与讨论题第二章 企业营销策划的基本原理和技巧第一节 企业营销策划中的先行效应第二节 企业营销策划中的点式效应第三节 企业营销策划中的稀缺效应第四节 企业营销策划中的名人效应第五节 企业营销策划中的变化性第六节 企业营销策划中的连续性第七节 企业营销策划中的针对性第八节 企业营销策划中的抢点第九节 企业营销策划中的“陷阱”设置第十节 企业营销策划中的标新立异第十一节 企业营销策划中的巧借东风第十二节 改变消费者习惯的技巧第十三节 对不利事件的处理技巧思考与讨论题实战演练第三章 企业营销策划的典型误区第一节 企业营销策划不要陷入点子误区第二节 企业营销策划不要陷入虚假误区第三节 企业营销策划不要陷入片面追求知名度的误区第四节 企业营销策划不要陷入有悖常理的误区第五节 企业营销策划不要陷入故弄玄虚的误区第六节 企业营销策划不要陷入美女定式的误区思考与讨论题第二部分 企业营销观念与营销机会研究第四章 企业营销观念探究第一节 营销观念决定企业命运第二节 企业营销观念的典型误区思考与讨论题第五章 企业营销机会分析第一节 企业营销调研第二节 企业宏观环境分析第三节 行业竞争环境分析第四节 企业自身分析第五节 企业产品分析第六节 顾客分析思考与讨论题实战演练第三部分 企业目标市场的选择与竞争策略第六章 市场细分及企业目标市场的选择第一节 市场细分 第二节 企业目标市场的选择第三节 企业产品市场的定位思考与讨论题第七章 企业目标市场的竞争策略第一节 市场领导者的竞争策略第二节 市场挑战者的竞争策略第三节 市场追随者的竞争策略第四节 市场补缺者的竞争策略思考与讨论题第四部分 企业营销组合策划第八章 产品策划第一节 产品及产品组合的含义第二节 产品开发的创意技巧第三节 产品定位策划第四节 新产品上市策划第五节 产品包装策划第六节 产品生命周期策划第七节 产品(或品牌)延伸策划思考与讨论题实战演练第九章 价格策划第一节 影响产品价格的因素第二节 产品定价策略第三节 产品价格调整策略第四节 价格策划的基本原则第五节 价格战的应对策略思考与讨论题第十章 广告策划第一节 广告及广告策划的含义第二节 广告策划的创意第三节 广告策划的媒体选择第四节 广告策划的基本原则第五节 不同媒体的广告策划实例思考与讨论题实战演练第十一章 公关策划第一节 公共关系的含义及对象第二节 公共关系活动的主要方式第三节 公共关系策划的基本原则第四节 针对不同对象的公共关系策划实例第五节 企业的危机公关思考与讨论题实战演练第十二章 促销(营业推广)策划第一节 促销策划的误区第二节 几种常规促销手段第三节 促销策划的基本原则第四节 促销策划的创意与创新思考与讨论题实战演练第十三章 分销渠道策划第一节 分销渠道的概念及基本模式第二节 分销渠道策划的误区第三节 分销渠道设计策划第四节 分销渠道管理策划思考与讨论题实战演练第五部分 营销策划书的编制、实施与评估第十四章 营销策划书的编制、执行与控制第十五章 营销策划的绩效评估附录参考文献

<<营销策划案例分析>>

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>