

<<市场营销策划实务>>

图书基本信息

书名：<<市场营销策划实务>>

13位ISBN编号：9787115284044

10位ISBN编号：7115284040

出版时间：2012-8

出版单位：人民邮电出版社

作者：惠亚爱

页数：208

字数：302000

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>

<<市场营销策划实务>>

内容概要

《市场营销策划实务》以培养应用型营销人才为目标，以提高市场营销策划与运作的综合能力为根本，以任务驱动的理念来设计内容体系。

全书共10个任务，任务一和任务二主要阐述了营销策划的基本原理及主题与环境分析，任务三至任务十是营销策划的基本技能，包括营销策划书的设计与撰写、企业形象策划、市场营销战略策划、产品策划、价格策划、分销策划、促销策划及整合营销策划。

《市场营销策划实务》结构严谨，内容实用，面向市场，贴近企业，将职业岗位所需的知识点渗透到能力训练中。

本书既可作为高等职业院校营销专业及营销相关专业的教材，也可作为企业管理人员或营销人员的参考用书。

本书由惠亚爱主编。

<<市场营销策划实务>>

书籍目录

任务一 掌握市场营销策划

基本原理

学习目标

技能目标

案例导入

1.1 市场与市场营销

一、市场的概念

二、市场营销的核心概念

三、市场营销的概念

四、市场营销观念

1.2 策划与营销策划

一、策划的基本界定

二、营销策划是策划的一个分支

三、营销策划的基本特点

1.3 市场营销策划的内容和步骤原则

一、市场营销策划的原则

二、市场营销策划的步骤

三、市场营销策划的内容

1.4 市场营销策划思维与误区

一、市场营销策划的创意思维

二、市场营销策划的误区

案例分析

技能训练

任务二 营销策划主题与环境分析

学习目标

技能目标

案例导入

2.1 营销策划主题

一、营销策划主题的内涵

二、成功的策划主题的标志

2.2 市场调研策划

一、确定调研目的与内容

二、确定调研对象与方法

2.3 企业营销环境分析

一、企业营销微观环境

二、企业营销宏观环境

2.4 企业营销SWOT分析

一、内部环境分析(优势与劣势分析)

二、外部环境分析(机会与威胁分析)

案例分析

技能训练

任务三 营销策划书的设计与撰写

学习目标

技能目标

案例导入

<<市场营销策划实务>>

3.1 营销策划的基本方法

- 一、构想方法
- 二、创意方法
- 三、运筹方法
- 四、博弈方法

3.2 营销策划书的撰写

- 一、营销策划书的结构与内容
- 二、营销策划书的写作技巧

案例分析

技能训练

任务四 企业形象策划

学习目标

技能目标

案例导入

4.1 企业形象策划的程序与基本原则

- 一、CIS的内涵与策划程序
- 二、CIS策划的基本原则

4.2 企业形象策划的调研及方案

- 一、调查分析
- 二、策划方案

4.3 形象策划的开发与设计

- 一、MI——理念识别企划
- 二、BI——行为识别企划
- 三、VI——视觉识别企划

案例分析

技能训练

任务五 市场营销战略策划

学习目标

技能目标

案例导入

5.1 市场细分策划

- 一、市场细分策划的概念
- 二、市场细分策划的作用
- 三、市场细分策划的原则
- 四、市场细分策划的程序

5.2 目标市场选择策划

- 一、目标市场选择策划的含义
- 二、目标市场选择的条件
- 三、目标市场选择的策划
- 四、策划目标市场营销战略

5.3 市场定位策划

- 一、市场定位策略的含义
- 二、市场定位策略的步骤

案例分析

技能训练

任务六 产品策划

学习目标

<<市场营销策划实务>>

技能目标

案例导入

6.1 个别产品策划

- 一、产品整体概念与产品策划
- 二、产品市场生命周期与策划思路

6.2 品牌产品组合策划

- 一、产品结构组合
- 二、产品包装组合
- 三、品牌策略设计

6.3 新产品开发与推广策划

- 一、研究新产品开发的趋势
- 二、开发新产品的流程
- 三、新产品上市策划
- 四、新产品推广策划

案例分析

技能训练

任务七 价格策划

学习目标

技能目标

案例导入

7.1 价格策划概述

- 一、价格策划的原则与程序
- 二、定价方法与策略

7.2 新产品入市价格策划

- 一、新产品定价的策划
- 二、产品组合定价的策划
- 三、新产品定价注意的问题

7.3 产品调价策划

- 一、主动调整价格的策划
- 二、被动调整价格的策划

案例分析

技能训练

任务八 分销策划

学习目标

技能目标

案例导入

8.1 分销模式策划

- 一、直接营销模式
- 二、间接分销模式
- 三、直营+经销模式
- 四、分销模式的选择

8.2 分销成员选择策划

- 一、分销成员选择的原则
- 二、选择分销成员的条件
- 三、选择分销渠道成员的方法

8.3 分销渠道的策划与管理

- 一、分析服务产出水平

<<市场营销策划实务>>

- 二、确定渠道目标
- 三、弄清影响渠道设计的主要因素
- 四、确定渠道结构方案
- 五、评估主要渠道方案
- 六、销售渠道系统的管理策略

案例分析

技能训练

任务九 促销策划

学习目标

技能目标

案例导入

9.1 广告策划

- 一、广告策划及其内容
- 二、广告策划的运作过程
- 三、广告策略策划
- 四、广告策划个案分析

9.2 公关策划

- 一、公关策划及其内容
- 二、公关策划的程序与策略
- 三、公关策划个案分析

9.3 SP(营业推广)策划

- 一、SP策划及过程
- 二、SP策划的方式与策略

9.4 推销策划

- 一、推销策划及其步骤
- 二、推销策划的策略与技巧
- 三、推销策划个案分析

案例分析

技能训练

任务十 整合营销策划

学习目标

技能目标

案例导入

10.1 整合营销概述

- 一、整合营销的概念
- 二、整合营销的特点
- 三、整合营销方法

案例分析

技能训练

参考文献

<<市场营销策划实务>>

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>