

<<营销策划>>

图书基本信息

书名：<<营销策划>>

13位ISBN编号：9787300150567

10位ISBN编号：730015056X

出版时间：2012-2

出版时间：中国人民大学出版社

作者：任锡源 主编

页数：256

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>>

内容概要

定位准确，具有前瞻性。

本着“实效”、“必需”、“够用”并重的原则，以企业营销策划人员的实践为依据进行编写，在介绍传统营销策划理论与方法的基础上，紧密结合最新研究成果和发展趋势，对一些新兴的专题领域如口碑营销、网络营销、文化营销、服务营销和关系营销等进行阐述。

在阐述原理、介绍方法的基础上，设计出规范的策划程序和操作步骤，结合案例进行讲解，使读者能够学以致用。

体系完整，内容全面。

全书由三篇构成，第1篇重点介绍营销策划的基本原理，包括营销策划的相关概念、相关原理等。

第2篇详细分析主要营销活动环节的策划，如产品上市策划、品牌策划、分销渠道策划、广告策划、公关策划和营业推广策划等。

第3篇对专题营销活动进行阐述，包括口碑营销、网络营销、文化营销、服务营销和关系营销等。

注重案例讲解。

以丰富的案例为突出特点，案例的选择和分析力图贴近营销策划的工作实际，多数案例直接来自营销策划工作的实践，而且具有一定的普遍性和典型性。

<<营销策划>>

书籍目录

第1篇 营销策划理论篇

第1章 营销策划概述

第1节 策划与营销策划

第2节 营销策划的种类

第3节 营销策划学概述

第2章 营销策划理论

第1节 营销策划创意

第2节 营销策划方法

第3节 营销策划过程

第3章 营销策划书写作

第1节 营销策划书概述

第2节 营销策划书的结构和内容

第3节 营销策划书的写作技巧

第4节 营销策划书的模式与范例

第2篇 营销要素策划篇

第4章 产品上市策划

第1节 产品上市策划概述

第2节 产品概念策划

第3节 产品包装策划

.....

第3篇 营销专题策划篇

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>