第一图书网, tushu007.com

<<营销策划>>

图书基本信息

书名：<<营销策划>>

13位ISBN编号：9787302100478

10位ISBN编号：7302100470

出版时间：2005-1

出版时间：清华出版社

作者：叶万春叶敏

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

内容概要

全书共分两大部分，前4章为营销策划的基本理论部分，包括营销策划的原理与理念、操作系统、前期作业、思维创意等内容；后11章为企业营销行为策划的实务操作部分，围绕企业入市、市场定位、企业形象、企业行为、产品推广、品牌延伸、关系营销、供应链管理、渠道风险管理、企业提升发展、国际营销等内容的策划行为逐一阐述。
本书对企业进行营销策划提供了较为全面的指导，可操作性强。

本书是国家“十五”规划重点教材的修订本，是针对市场营销专业的教学需要而编撰的，适合市场营销专业的本科生及对营销策划有兴趣的读者。

作者简介

叶万春，武汉理工大学教授，中国高等院校市场学研究会常务理事，湖北省市场营销学会副会长。
　在几十家大中型企业举办过讲座，并主持了若干个重要科研课题。
出版著作共20多部，代表作有：《市场营销学》；《市场营销案例荟萃》；《国际市场营销学》；《服务营销学》；《企业形象策划》；《企业营销战略诊断》等。
同时发表过有关市场营销方面的学术研究论文50余篇。

<<营销策划>>

书籍目录

序第1章　营销策划的原理与理念　1.1　营销策划的原理　1.2　知识营销理念　1.3　辩证营销理念　1.4　可持续发展理念　小结　习题　案例新咖啡厅进入武汉市场营销策划案第2章　营销策划的操作系统　2.1　营销策划组织　2.2　营销策划程序　2.3　营销策划文案　小结　习题　案例“麦当劳”1991年市场营销策划方案（简纲）第3章　营销策划的前期作业　3.1　企业调查　3.2　综合分析　3.3　宣传造势　3.4　企业渗透　小结　习题　案例1武汉地区空调市场现状调查　案例2乐华营销造势三招第4章　营销策划的思维创意　4.1　营销策划中创意的运用　4.2　创意的步骤及开发途径　4.3　创意的技法及效果测定　小结　习题　案例“小护士”彩妆市场推广全案第5章　企业楔入市场策　5.1　市场形势的判断与分析　5.2　企业楔入市场的程序策划　5.3　企业楔入市场的战略战术策划　小结　习题　案例“金眠露”进入市场策划文案第6章　企业营销定位策划　6.1　营销定位系统分析　6.2　营销定位策划 6.3　营销定位评估 小结 习题 案例黎世纸制品公司——新产品上市营销策划案第7章　企业形象系统策划第8章　企业行为规范策划第9章　产品市场推广策划第10章　品牌延伸策略策划第11章　企业关系营销策划第12章　供应链合作关系策划第13章　营销渠道风险管理策划第14章　企业提升发展策划第15章　营销国际化策划参考文献

媒体关注与评论

书评本书特点： ·折解成功企业精彩绝伦的营销策划； ·教会企业事前预谋，运筹帷幄； ·丰富的理论，经典的案例； ·层层深入，条分缕析。

第一图书网, tushu007.com

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