

<<企业营销策划>>

图书基本信息

书名：<<企业营销策划>>

13位ISBN编号：9787501785940

10位ISBN编号：7501785945

出版时间：2008-7

出版时间：中国经济出版社

作者：施春来

页数：431

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>

## <<企业营销策划>>

### 内容概要

良好的市场营销活动是企业经营管理活动的核心内容，直接关系到企业的经济效益和发展。营销策划是企业营销活动有效与成功的前提和重要保障。

本书着重企业营销策划运作的基本过程和业务的把握，结合营销学和营销策划的基本原理与认知，阐述企业营销策划基本内容和操作方法。

内容涉及企业营销策划原理、企业营销策划过程与方法、企业营销战略策划、企业营销定位策划、企业产品策划、企业品牌营销策划、企业价格策划、企业渠道（通路）策划、企业促销策划、企业形象（CIS）策划、企业广告媒体运用策划、企业服务营销策划、企业营销策划执行与管理等方面。

本书十分适合工商管理类院校、商学院等相关专业的教学所需，也十分适合广大各类企业职业经理人培训、自学使用。

## 作者简介

施春来，男，1963年12月出生。

1984年毕业于暨南大学，1988年复旦大学管理学硕士研究生毕业，2007—2008年加拿大ALBERTA大学商学院访问学者。

现为福建行政学院、福建经济管理职业学院副教授、经济管理教研室主任。

中国企业联合会高级管理咨询顾问、中国管理咨询委员会第五届委员。

· 曾先后获得福建行政学院、福建经济管理职业学院“优秀教学奖”、“教学改革一等奖”。

近年公开发表专业论文、著作20篇（部），完成省部级经济管理科研课题4个。

为福建10余家大中型企业提供管理咨询和顾问服务，2006年被中企联评为中国最具影响力500名管理咨询专家。

撰写的多个管理案例分别被国家行政学院、中国人民大学和大连理工大学收录出版。

2005年被组织选派参加福建省委“福建省十一五和2020年规划建设”起草小组。

## <<企业营销策划>>

### 书籍目录

第1章 企业营销策划原理 1.1 企业营销策划含义与作用 1.2 企业营销策划研究对象与原则 1.3 企业营销策划的原理与分类 1.4 企业营销策划机构与人员资质 本章案例与分析 本章思考与策划第2章 企业营销策划过程与方法 2.1 企业营销策划的程序 2.2 企业营销策划思维与方法 2.3 企业营销策划书设计 本章案例与分析 本章思考与策划第3章 企业营销战略策划 3.1 企业营销战略策划概述 3.2 企业营销战略环境分析 3.3 企业营销战略目标设计 3.4 企业营销战略策划内容 本章案例与分析 本章思考与策划第4章 企业营销定位策划 4.1 企业目标市场细分 4.2 企业营销定位步骤 4.3 企业营销定位内容 4.4 企业营销定位策略 本章案例与分析 本章思考与策划第5章 企业产品策划 5.1 企业产品策划概述 5.2 产品市场寿命周期策划 5.3 企业产品组合与包装策划 5.4 企业产品创新与推广策划 本章案例与分析 本章思考与策划第6章 企业品牌营销策划 6.1 企业品牌概述 6.2 企业品牌策略策划 6.3 企业提升品牌价值策略设计 6.4 企业品牌规划管理与运营 本章案例与分析 本章思考与策划第7章 企业价格策划 7.1 企业价格策划概述 7.2 企业价格策划程序 7.3 企业价格策划内容 7.4 企业应对市场价格战的策略设计 本章案例与分析 本章思考与策划第8章 企业渠道(通路)策划第9章 企业促销策划第10章 企业形象(CIS)策划第11章 企业广告媒体运用策划第12章 企业服务营销策划第13章 企业营销策划执行与管理主要参考文献

## 章节摘录

营销策划是一项复杂的系统工程，既有创意成分，又必须有一定程序保证，制订策划计划和方案，有张有弛、按部就班地进行，顺利达到预期策划目的。

为此企业营销策划需要合理的程序、系统的运作方案以及有效的推进方式。

2.1.1 拟订营销策划的计划 策划计划通常以文字形式表现出来，也称为计划书。

计划书是一次策划或全部策划的计划，任何一次营销策划活动都需要有一份计划书。

它是营销策划操作的依据。

## <<企业营销策划>>

### 编辑推荐

《企业营销策划》基本框架内容已在本专科学子教学中使用多轮，内容体系日臻成熟。不仅具有教学一线运用的体验和归纳，同时在企业相关咨询项目中得以实践的应用和验证，效果良好。

它是工商管理类和财经类大学生应用市场营销学基本原理、理论，结合企业市场营销实践要求，从理论到思路、从原理到操作方案、从课堂到市场的重要学习环节。

在编著过程中作者力图采用较前瞻的课程内容体系，以仿真教学案例和策划模拟实践为主线，突出针对性、实务性、适岗性，符合本专科大学生实践能力培养的教学要求。

同时，《企业营销策划》也是作者多年企业营销中高层主管岗位培训应用，以及企业咨询策划项目经验的基本提炼，因此也是广大企业经营管理人员、策划人员等必备的专业参考书。

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>