

<<策划学全书>>

图书基本信息

书名：<<策划学全书>>

13位ISBN编号：9787508707563

10位ISBN编号：7508707567

出版时间：2005-7

出版时间：第1版(2005年7月1日)

作者：陈火金

页数：391

字数：270000

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>

<<策划学全书>>

内容概要

策划，是一个既古老而又新鲜的名词。

说它古老，是因为在古代，就已经存在各种各样的策划活动，“策划”一词在我国古籍中记载很多，如《后汉书·隗嚣传》中“是以功名终申，策划复得”；说它新鲜，是因为在中国近年来人们才对它进行系统的研究，策划活动也开始由从不刻意追求的行为状态走向自觉的行为活动，从“必然王国”逐步走向“自由王国”。

<<策划学全书>>

书籍目录

第一章 策划与策划学概述 一、策划的基本内涵 二、策划的基本功能 三、策划的运作要素 四、与策划意义相近词的辨析 五、策划学的学科体系雏形 六、策划学的特征 七、策划学的基础学科构建 八、当代策划的发展趋势第二章 策划的基本程序 一、确定策划的主题 二、收集相关信息 三、分析策划环境 四、构思策划方案 五、评估选择策划方案 六、实施策划方案 七、策划过程的反馈调节 八、不要为策划程序所束缚第三章 策划的基本原则 一、利益原则 二、创新原则 三、整合原则 四、可行原则 五、客观现实原则 六、周密原则 七、应变原则第四章 策划的基本方法 一、方法与策划方法 二、立体策划方法 三、策划的创意的思维方法第五章 策划书的写作第六章 策划能力的培养第七章 新产品开发策划第八章 促销策划第九章 公关策划第十章 新闻策划第十一章 危机策划第十二章 出版策划第十三章 会展策划

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>