<<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：9787561136683

10位ISBN编号：7561136684

出版时间：2009-4

出版时间：大连理工大

作者：李福学

页数：304

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》是新世纪高职高专教材编委会组编的市场营销类课程规划教材之一。

本书是以实际运用为前提精心设计的理论体系，围绕高职高专教育培养应用型人才的目标，结合了大量的最新实际案例以佐理论知识的理解和运用，其强调的是职业所需技能与知识的掌握以及职业精神的不断锤炼的特点。

本书的编写过程中融入了市场营销学、策划学、战略管理学等最新的理念与实践成果，力求在简明扼要地介绍市场营销策划基本原理、概念与方法的基础上，突出案例教学，并加以大量的实际操作的具体程序，使学生能够在短期内掌握市场营销策划的基本技能。

<<市场营销策划实务>>

书籍目录

第一篇 市场营销策划基础理论 第一章 市场营销策划概述 第二章 市场营销策划的工作过程 第一节 市场营销策划的原则 第二节 市场营销策划的一般流程 第三节 市场营销策划方案的写作 第三章 市场营销策划的调查研究 第一节 市场调研策划概述 第二节 市场调查方法的选择 第三节 设计调研技术 第四节 市场调查方案策划 第五节 市场调查报告的撰写 第二篇 市场营销战略策划 第四章 目标市场营销战略策划 第一节 SWOT战略环境分析 第二节 市场细分策划 第三节 目标市场策划 第四节 市场定位策划 第五章 企业形象策划 第一节 企业形象策划的基本流程 第二节 企业形象策划的主要内容 第三节 企业形象策划的时机及应注意的问题 第六章 顾客满意策划 第一节 顾客满意策划概述 第二节 顾客满意策划流程 第三节 顾客满意策划的内容 第四节 顾客满意策划的方法 第七章 市场营销策划管理 第一节 市场营销策划的组织 第二节 市场营销策划的控制与管理 第三节 市场营销策划评估 第三篇 市场营销战术策划 第八章 产品策划 第一节 产品策划概述 第二节 新产品开发与推广策划 第三节 产品组合策划 第四节 品牌与包装策划 第五节 产品生命周期策划 第九章 价格策划 第一节 价格策划概述 第二节 价格策划的基本策略与手段 第三节 产品价格调整策划 第四节 价格策划中的风险防范 第十章 分销渠道策划 第一节 分销渠道设计策划 第二节 分销渠道的管理策划 第三节 分销渠道中的物流策划 第十一章 促销策划 第一节 广告策划 第二节 人员推销策划 第三节 营业推广策划 第四节 公共关系促销策划 第四篇 市场营销策划综合训练 训练一 为新产品的市场推广撰写营销策划书 训练二 为初创企业撰写创业项目计划书 训练三 为企业举办展会设计招展营销策划书 训练四 为某连锁店撰写开店选址策划报告 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>