

<<市场营销策划>>

图书基本信息

书名：<<市场营销策划>>

13位ISBN编号：9787810846912

10位ISBN编号：7810846914

出版时间：2006-1

出版时间：辽宁东北财经大学

作者：徐育斐，孙玮琳主

页数：202

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>>

### 内容概要

《高职高专教育市场营销专业教材新系：市场营销策划（第2版）》阐述了市场营销策划的基本原理，市场营销策划的准备工作，企业营销战略策划和产品策划、价格策划、销售渠道策划、促销策划的内容、方法和步骤以及营销策划书的制作和营销策划方案的实施和控制等内容，同时配以“学习目标”、“典型案例”、“本章小结”、“关键概念”、“课堂讨论题”、“复习思考题”、“实训题”、“自测题”等众多具有特色的栏目设计，充分体现了以提高学生整体素质为基础；着重培养学生营销职业能力的高职高专市场营销专业培养人才的目标，是高职高专院校的理想教材和企业营销人员的理想读本。

## <<市场营销策划>>

### 书籍目录

第1章 市场营销策划概述学习目标1.1 策划与市场营销策划1.2 市场营销策划的内容1.3 市场营销策划学科的特点和研究对象本章小结主要概念和观念基本训练观念应用第2章 市场营销策划的准备工作学习目标2.1 市场营销策划机构的建立2.2 市场营销策划经费预算2.3 市场营销策划的信息准备本章小结主要概念和观念基本训练观念应用第3章 市场营销战略策划学习目标3.1 市场营销战略策划概述3.2 市场营销战略策划与制定3.3 目标市场战略策划本章小结主要概念和观念基本训练观念应用第4章 产品策划学习目标4.1 产品策划概述4.2 新产品策划4.3 产品组合策划4.4 商标与包装策划本章小结主要概念和观念基本训练观念应用第5章 价格策划学习目标5.1 价格策划概述5.2 新产品价格策划5.3 传统产品价格策划5.4 产品价格体系的策划本章小结主要概念和观念基本训练观念应用第6章 营销渠道策划第7章 促销策划第8章 营销策划书第9章 市场营销策划方案的实施与控制综合案例综合实训主要参考书目

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>