

<<市场营销技术>>

图书基本信息

书名：<<市场营销技术>>

13位ISBN编号：9787811241112

10位ISBN编号：7811241110

出版时间：2007-11

出版时间：7-81124

作者：王瑞丰

页数：339

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>

<<市场营销技术>>

内容概要

《市场营销技术：策划与运作》以培养应用型人才为目标，以市场营销策划与运作的综合能力为主线设计的内容体系。

全书共4篇：第1篇为营销策划与运作的基本原理，主要内容包括营销策划要素、营销动作价值，营销策划流程及其创新思想、营销动作流程及其主要环节，营销策划与运作法则，营销策划书的版式、规格及其撰写要求；第2篇为战略性营销策划与运作，主要从市场需求调研、市场机会的把握、市场选择等方面的阐明营销的关键技术；第3篇为战术性营销策划与运作，主要从产品、价格、分销、促销等方面阐明营销的关键技术；第4篇为专项营销策划与运作，主要包括网络营销、体验营销、客户关系营销和非营利性营销的策划与动作。

《市场营销技术：策划与运作》结构严谨，内容实用。

在凝练营销实践主题的基础上，将营销技术分解为循序渐进的操作步骤，由此提升了营销策划的科学性和营销运作的规范性，对于学习掌握营销规律，传承发展营销精髓有所裨益。

《市场营销技术：策划与运作》针对市场营销专业教学需要编纂，适合于营销专业的本科生使用，也可供管理学科的其他相关专业使用，并可作为营销业界社人士的参考书籍。

<<市场营销技术>>

书籍目录

第1篇 营销策划与运作基础第1章 营销策划原理【基本技术点】1.1 营销策划释义1.2 营销策划作用1.3 营销策划原则【本章小结】第2章 营销策划与运作程序【基本技术点】2.1 营销策划的思维程序2.2 营销策划的运作程序2.3 营销策划与运作法则【本章小结】第3章 营销策划书【基本技术点】3.1 营销策划书基本项目3.2 营销策划书操作步骤3.3 营销策划书撰写要求3.4 营销策划书的通用模板及范例【本章小结】第2篇 战略性营销策划与运作第4章 市场需求调研策划与运作【基本技术点】4.1 市场需求概述4.2 市场需求调研程序4.3 市场需求调研策划与运作技术【本章小结】【训练课题】第5章 市场机会策划与运作【基本技术点】5.1 市场机会概述5.2 市场机会评估方法5.3 利用市场机会进行市场开拓5.4 市场机会策划与运作技术【本章小结】【训练课题】第6章 市场选择策划与运作【基本技术点】6.1 市场细分策划与运作6.2 目标市场策划与运作6.3 市场定位策划与运作【本章小结】【训练课题】【营销策划文案链接】第3篇 战术性营销策划与运作第7章 产品策划与运作【基本技术点】7.1 产品概述7.2 产品生命周期7.3 产品策划与运作技术【本章小结】【训练课题】第8章 价格策划与运作【基本技术点】第9章 分销渠道策划与运作【基本技术点】第10章 促销策划与运作【基本技术点】第4篇 专项营销策划与运作第11章 网络营销策划与运作【基本技术点】第12章 客户关系策划与运作【基本技术点】第13章 体验营销策划与运作【基本技术点】第14章 非营利性营销策划与运作【基本技术点】参考文献

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>