

<<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：9787030311825

10位ISBN编号：7030311825

出版时间：2011-6

出版时间：科学出版社

作者：闫春荣

页数：253

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

由魏明主编的《市场营销策划实务》基于营销策略制定与应用能力的培养，阐述了6个营销项目，即营销策划的主题甄选与营销策划书的撰写、企业营销环境分析、顾客分析、营销战略的确定、营销战略的制定与实施、营销策划效果评估与控制。

《市场营销策划实务》在每个项目开始，明确各项目的教学目标、素质目标、能力目标和知识目标，以营销格言和营销故事会激发学生的学习兴趣
a在每个任务开始，以案例导入引出教学内容；以任务模拟为学生分析营销案例作具体指导；在知识准备中穿插小知识和小案例，以丰富学习者的经验；通过实战演练对每个任务的学习内容进行实际应用，通过对知识、素质及能力的全面考核来评估教学效果。

《市场营销策划实务》可作为高等职业院校、高等专科学校、成人高校市场营销等经济管理类专业的教学用书，也可供经济管理人士或相关人员学习管理科学时参考。

<<市场营销策划实务>>

书籍目录

项目1 营销策划的主题甄选与营销策划书的撰写

任务1 营销策划的主题甄选

任务2 营销策划书的撰写

项目小结

项目2 企业营销环境分析

任务1 企业宏观营销环境分析

任务2 企业微观营销环境分析

项目小结

项目3 顾客分析

任务1 现有与潜在顾客分析

任务2 顾客消费特点及消费心理分析

任务3 顾客消费习惯及购买动机分析

项目小结

项目4 营销战略的确定

任务1 进行市场细分

任务2 选择目标市场

任务3 进行市场定位

任务4 选择市场竞争战略

项目小结

项目5 营销策略的制定与实施

任务1 制定与实施产品策略

任务2 制定与实施价格策略

任务3 制定与实施渠道策略

任务4 制定与实施促销策略

项目小结

项目6 营销策划效果评估与控制

任务1 财务评价

任务2 营销评价

项目小结

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>