

<<营销策划理论与实务>>

图书基本信息

书名：<<营销策划理论与实务>>

13位ISBN编号：9787111406310

10位ISBN编号：7111406311

出版时间：2013-1

出版时间：机械工业出版社

作者：赵静 编

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>

<<营销策划理论与实务>>

内容概要

《普通高等院校经济管理类“十二五”应用型规划教材·市场营销系列：营销策划理论与实务》是为了适应高校应用型人才培养要求，根据“营销策划”课程的教学特点，以培养学生营销策划实践能力和创新能力，提高学生综合职业能力为目标而编写的市场营销类专业教材。

全书基于营销策划工作过程的“工学结合、任务驱动、项目教学”的编写模式，内容由四大模块、14个项目组成，构建了“认识营销策划——营销策划基础——营销策划过程——专题营销策划”为主线的内容体系，并且在每个模块和项目后面都设计了相对应的综合实训和营销策划活动室，同时在全书中插入了大量的经典案例和相关知识链接。

《普通高等院校经济管理类“十二五”应用型规划教材·市场营销系列：营销策划理论与实务》可作为高等院校经济管理类专业的教材，也可供企业培训及对营销策划感兴趣的人员自学和参考之用。

<<营销策划理论与实务>>

书籍目录

前言教学建议模块一 认识营销策划项目一 什么是营销策划1.1.1 营销策划的内涵1.1.2 市场营销与营销策划1.1.3 营销策划的要素项目二 营销策划机构与职业1.2.1 我国营销策划行业构成及结构1.2.2 营销策划人员职业素养1.2.3 创业策划综合实训一 发现创业的机会, 做好创业准备模块二 营销策划基础项目一 营销策划的工作要点2.1.1 营销策划的原则2.1.2 营销策划的程序2.1.3 营销策划的方法项目二 营销策划的技巧2.2.1 利用和创造“稀缺”2.2.2 借助“名人效应”2.2.3 打造“好口碑”, 进行口碑营销2.2.4 制造“期望”2.2.5 宣传技巧项目三 营销策划创意2.3.1 理解创意2.3.2 创意的产生过程2.3.3 营销策划创意常见的思维方式2.3.4 常用创意技法2.3.5 营销策划创意效果测评标准综合实训二 企业组织设计及CIS策划模块三 营销策划过程项目一 营销策划调研3.1.1 营销调研的概念和意义3.1.2 营销调研的范围和内容3.1.3 市场营销调研的类型3.1.4 市场营销调研的步骤3.1.5 市场营销调研的方法3.1.6 问卷设计3.1.7 抽样调查方法3.1.8 调研实施3.1.9 调查资料处理3.1.10 调研报告撰写项目二 营销策划环境分析3.2.1 市场营销环境概述3.2.2 营销环境分析项目三 营销战略策划3.3.1 目标市场战略策划3.3.2 竞争战略策划项目四 营销要素策划3.4.1 产品策划3.4.2 价格策划3.4.3 渠道策划3.4.4 促销策划项目五 营销策划书的撰写3.5.1 营销策划书的结构和内容3.5.2 营销策划书的撰写技巧3.5.3 营销策划书的制作项目六 营销策划的实施与控制3.6.1 营销策划的实施3.6.2 营销策划的控制3.6.3 营销效果的评估综合实训三 策划方案的推销模块四 专题营销策划项目一 网络营销策划4.1.1 网络营销的定义4.1.2 网络营销的特点4.1.3 网络营销的相关理论4.1.4 网络营销的常用工具4.1.5 网络营销的常用营销策略4.1.6 网络营销的方法与技巧4.1.7 网络营销管理项目二 企业形象策划4.2.1 企业形象识别系统的构成4.2.2 企业形象识别系统的设计4.2.3 企业形象识别系统的导入项目三 事件营销策划4.3.1 什么是事件营销4.3.2 事件营销的作用4.3.3 事件营销的原则4.3.4 事件营销的应用策略4.3.5 事件营销的误区综合实训四 创业风险的化解部分参考答案参考文献

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>