

<<策划案例精选>>

图书基本信息

书名：<<策划案例精选>>

13位ISBN编号：9787301129883

10位ISBN编号：7301129882

出版时间：2008-6

出版时间：北京大学出版社

作者：田长广 编

页数：396

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>

<<策划案例精选>>

内容概要

本书是为配合策划理论的研究和教学，满足广大策划界人士学习策划理论的强烈需求而编撰。

本书是以实战案例为素材，以不同领域的策划方法研究为切入点。

以培养训练各类策划人才的策划能力为目的，而精心选编的策划类实用案例。

全书收编了战略策划，企业策划，企业形象策划，营销策划，品牌策划，商战策划，广告策划，活动策划，项目策划，房地产策划，旅游策划。

市场策划，竞争策划，电视宣传策划创作示范，会展策划，项目的可行性研究报告，大型电视综艺节目策划，投资、融资策划，拍卖活动策划，调查报告，以及婚庆策划等方面的案例。

所选的若干典型案例，对策划实践以及策划理论的研究具有普遍的指导意义，书中部分案例是作者本人首次公开的实战案例，具有很强的实用性和借鉴作用。

本书是《新编现代策划学》的姐妹篇，它既可与策划学合并研读，也可有选择性地借鉴或选读。

可作为策划者在策划实战中的参考书，也可作为高等院校策划类课程教科书，它能丰富策划人的知识体系，使初学者少走弯路，尽快提高策划技能和水平。

<<策划案例精选>>

书籍目录

第一章 战略策划 【案例一】 宏图三胞企业战略策划 【案例二】 海尔集团的发展战略策划 【案例三】 扬子江大学2005-2015战略策划(虚拟) 思考题第二章 企业策划 【案例一】 锻造和谐兴企品牌演绎领军行业精彩 【案例二】 五星电器山西路卖场7年的发展之路 【案例三】 北汽董事长王浩良做客央视《对话》栏目 思考题第三章 企业形象策划 【案例一】 中国国际名酒商城CI总策划书 【案例二】 策划集团造就了“雅戈尔” 思考题第四章 营销策划 【案例一】 解密宏图三胞元旦促销 【案例二】 清泉系列饮品上市策划案(虚拟) 【案例三】 国际品牌金利来营销策划案 【案例四】 天和骨通贴膏营销策划案 思考题第五章 品牌策划 【案例一】 品牌形象广告策划书(虚拟) 【案例二】 保暖内衣市场推广及广告建议书 【案例三】 “娃哈哈”走明星歌曲路线的策划 思考题第六章 商战策划 【案例一】 国美电器商战兵法之2005年南京战役 【案例二】 为南京商战喝彩 【案例三】 苏宁电器公司十五年商战策划扫描 思考题第七章 广告策划 【案例一】 企业年度整体广告策划书(虚拟) 【案例二】 绿色科技食品博览交易会广告策划 思考题第八章 活动策划 【案例一】 中国收回香港中英交接盛典大策划回顾 【案例二】 琼花故乡唱赞歌古运河边涌春潮 【案例三】 今夜,星光灿烂今夜,雅典无眠(预演) 【案例四】 中国南京国际梅花节策划分析 思考题第九章 项目策划 【案例一】 南京吉山矿区项目策划 【案例二】 沂源县政府旅游项目的招商策划 【案例三】 南水北调工程项目策划 思考题第十章 房地产策划 【案例】 瑞景·红梅营销策划案例(虚拟) 思考题第十一章 旅游策划 【案例一】 2007中国国内旅游交易会 【案例二】 扬州美女,穿越千年的美丽传奇 【案例三】 第六届中国南京(六合)《茉莉花》文化节 思考题第十二章 市场策划 【案例一】 金蒙老窖南京市场推广方案(虚拟) 【案例二】 沱牌酒新品上市策划书 【案例三】 中国卖话第一人——钱诗金 思考题第十三章 竞争策划 【案例一】 揭开矿泉壶混战中取胜的秘密 【案例二】 “柯达”“富士”争霸全球市场的策划 思考题第十四章 电视宣传策划创作示范 【案例一】 《江苏乡镇世纪行》 【案例二】 12集电视系列艺术风光片 思考题第十五章 会展策划 【案例一】 金秋房产盛会再创钢城辉煌 【案例二】 秋日的诗语 思考题第十六章 项目可行性研究报告 【案例一】 关于兴建南京茨山炼灰厂项目可行性报告 【案例二】 西湖观光农业项目可行性报告 思考题第十七章 大型电视综艺节目策划 【案例一】 2007年春节联欢晚会节目单 【案例二】 《五彩路》春节晚会剧本 思考题第十八章 投资、融资策划 【案例一】 春雨绿色去毒洁菜器商业计划书(虚拟) 【案例二】 某印刷包装公司商业计划书(虚拟) 【案例三】 “棟树银行”策划 思考题第十九章 拍卖活动策划 【案例】 某体育中心游泳馆冠名权拍卖(虚拟) 思考题第二十章 调查报告 【案例】 南京市民住房需求调查报告 思考题第二十一章 婚庆策划 【案例一】 湖滨婚礼策划案(虚拟) 【案例二】 婚礼运作策划 思考题参考文献后记

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>