

<<营销策划>>

图书基本信息

书名：<<营销策划>>

13位ISBN编号：9787509522516

10位ISBN编号：750952251X

出版时间：2010-7

出版时间：中国财政经济出版社一

作者：李高伟，卢玮 主编

页数：198

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>>

内容概要

本书是财政部规划教材，由财政部教材编审委员会组织编写并审定，作为全国高职高专院校财经类教材。

全书内容可分为两大部分，一部分是营销策划基础理论与方法：以阐述营销策划基本理论为主线，讲解营销策划的原则、方法、技巧、策划运作等，包括营销策划概论、营销策划的程序与方法、营销策划分析、营销调研策划等四章；另一部分是营销策划的具体应用，着重分析营销策划实际应用过程的技巧和方法，包括营销战略策划、STP战略策划、CI与CS策划、品牌策划、新产品策划、促销策划等六章。

本书可作为高职高专院校管理类、经济类各专业教材用书，也可作为企业营销管理人员的培训教材。

<<营销策划>>

书籍目录

第一章 营销策划概论 第一节 策划与营销策划 第二节 营销策划的类型 第三节 营销策划的特点与原则
第二章 营销策划的程序与方法 第一节 营销策划的程序 第二节 营销策划的创意 第三节 营销策划书的撰写
第三章 营销策划分析 第一节 营销环境分析 第二节 营销策划SWOT分析
第四章 营销调研策划 第一节 营销调研策划概述 第二节 营销调研流程策划 第三节 营销调研报告撰写
第五章 营销战略策划 第一节 营销战略与总体发展战略 第二节 战略方向策划 第三节 企业成长战略策划 第四节 企业竞争战略策划
第六章 STP战略策划 第一节 市场细分策划 第二节 目标市场选择策划 第三节 市场定位策划
第七章 CI与CS战略策划 第一节 CI与CS战略概述 第二节 CI战略导入策划 第三节 CS战略导入策划
第八章 品牌策划 第一节 品牌内涵及策划流程 第二节 品牌建设策划 第三节 品牌定位策划 第四节 品牌发展策划
第九章 新产品策划 第一节 新产品概述 第二节 新产品开发策划 第三节 新产品上市与推广策划
第十章 促销策划 第一节 促销组合 第二节 促销策略与技巧策划 第三节 广告促销策划 第四节 公共关系策划 第五节 人员推销策划参考文献

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>