

<<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：9787115284044

10位ISBN编号：7115284040

出版时间：2012-8

出版单位：人民邮电出版社

作者：惠亚爱

页数：208

字数：302000

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

《市场营销策划实务》以培养应用型营销人才为目标，以提高市场营销策划与运作的综合能力为根本，以任务驱动的理念来设计内容体系。

全书共10个任务，任务一和任务二主要阐述了营销策划的基本原理及主题与环境分析，任务三至任务十是营销策划的基本技能，包括营销策划书的设计与撰写、企业形象策划、市场营销战略策划、产品策划、价格策划、分销策划、促销策划及整合营销策划。

《市场营销策划实务》结构严谨，内容实用，面向市场，贴近企业，将职业岗位所需的知识点渗透到能力训练中。

本书既可作为高等职业院校营销专业及营销相关专业的教材，也可作为企业管理人员或营销人员的参考用书。

本书由惠亚爱主编。

## <<市场营销策划实务>>

### 书籍目录

#### 任务一 掌握市场营销策划

基本原理

学习目标

技能目标

案例导入

##### 1.1 市场与市场营销

一、市场的概念

二、市场营销的核心概念

三、市场营销的概念

四、市场营销观念

##### 1.2 策划与营销策划

一、策划的基本界定

二、营销策划是策划的一个分支

三、营销策划的基本特点

##### 1.3 市场营销策划的内容和步骤原则

一、市场营销策划的原则

二、市场营销策划的步骤

三、市场营销策划的内容

##### 1.4 市场营销策划思维与误区

一、市场营销策划的创意思维

二、市场营销策划的误区

案例分析

技能训练

#### 任务二 营销策划主题与环境分析

学习目标

技能目标

案例导入

##### 2.1 营销策划主题

一、营销策划主题的内涵

二、成功的策划主题的标志

##### 2.2 市场调研策划

一、确定调研目的与内容

二、确定调研对象与方法

##### 2.3 企业营销环境分析

一、企业营销微观环境

二、企业营销宏观环境

##### 2.4 企业营销SWOT分析

一、内部环境分析(优势与劣势分析)

二、外部环境分析(机会与威胁分析)

案例分析

技能训练

#### 任务三 营销策划书的设计与撰写

学习目标

技能目标

案例导入

## <<市场营销策划实务>>

### 3.1 营销策划的基本方法

- 一、构想方法
- 二、创意方法
- 三、运筹方法
- 四、博弈方法

### 3.2 营销策划书的撰写

- 一、营销策划书的结构与内容
- 二、营销策划书的写作技巧

案例分析

技能训练

#### 任务四 企业形象策划

学习目标

技能目标

案例导入

#### 4.1 企业形象策划的程序与基本原则

- 一、CIS的内涵与策划程序
- 二、CIS策划的基本原则

#### 4.2 企业形象策划的调研及方案

- 一、调查分析
- 二、策划方案

#### 4.3 形象策划的开发与设计

- 一、MI——理念识别企划
- 二、BI——行为识别企划
- 三、VI——视觉识别企划

案例分析

技能训练

#### 任务五 市场营销战略策划

学习目标

技能目标

案例导入

#### 5.1 市场细分策划

- 一、市场细分策划的概念
- 二、市场细分策划的作用
- 三、市场细分策划的原则
- 四、市场细分策划的程序

#### 5.2 目标市场选择策划

- 一、目标市场选择策划的含义
- 二、目标市场选择的条件
- 三、目标市场选择的策划
- 四、策划目标市场营销战略

#### 5.3 市场定位策划

- 一、市场定位策略的含义
- 二、市场定位策略的步骤

案例分析

技能训练

#### 任务六 产品策划

学习目标

## <<市场营销策划实务>>

技能目标

案例导入

### 6.1 个别产品策划

- 一、产品整体概念与产品策划
- 二、产品市场生命周期与策划思路

### 6.2 品牌产品组合策划

- 一、产品结构组合
- 二、产品包装组合
- 三、品牌策略设计

### 6.3 新产品开发与推广策划

- 一、研究新产品开发的趋势
- 二、开发新产品的流程
- 三、新产品上市策划
- 四、新产品推广策划

案例分析

技能训练

### 任务七 价格策划

学习目标

技能目标

案例导入

### 7.1 价格策划概述

- 一、价格策划的原则与程序
- 二、定价方法与策略

### 7.2 新产品入市价格策划

- 一、新产品定价的策划
- 二、产品组合定价的策划
- 三、新产品定价注意的问题

### 7.3 产品调价策划

- 一、主动调整价格的策划
- 二、被动调整价格的策划

案例分析

技能训练

### 任务八 分销策划

学习目标

技能目标

案例导入

### 8.1 分销模式策划

- 一、直接营销模式
- 二、间接分销模式
- 三、直营+经销模式
- 四、分销模式的选择

### 8.2 分销成员选择策划

- 一、分销成员选择的原则
- 二、选择分销成员的条件
- 三、选择分销渠道成员的方法

### 8.3 分销渠道的策划与管理

- 一、分析服务产出水平

## <<市场营销策划实务>>

- 二、确定渠道目标
- 三、弄清影响渠道设计的主要因素
- 四、确定渠道结构方案
- 五、评估主要渠道方案
- 六、销售渠道系统的管理策略

案例分析

技能训练

任务九 促销策划

学习目标

技能目标

案例导入

9.1 广告策划

- 一、广告策划及其内容
- 二、广告策划的运作过程
- 三、广告策略策划
- 四、广告策划个案分析

9.2 公关策划

- 一、公关策划及其内容
- 二、公关策划的程序与策略
- 三、公关策划个案分析

9.3 SP(营业推广)策划

- 一、SP策划及过程
- 二、SP策划的方式与策略

9.4 推销策划

- 一、推销策划及其步骤
- 二、推销策划的策略与技巧
- 三、推销策划个案分析

案例分析

技能训练

任务十 整合营销策划

学习目标

技能目标

案例导入

10.1 整合营销概述

- 一、整合营销的概念
- 二、整合营销的特点
- 三、整合营销方法

案例分析

技能训练

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>