

<<现代市场营销策划实务>>

图书基本信息

书名：<<现代市场营销策划实务>>

13位ISBN编号：9787121026867

10位ISBN编号：7121026864

出版时间：2006-12

出版时间：电子工业出版社

作者：冯开红主编

页数：208

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>

<<现代市场营销策划实务>>

内容概要

本书根据现代企业市场营销工作岗位的技能要求，以企业的市场营销系列活动为主线，以策划的基本要素、基本方法、策划的程序为基础，以思维创新为核心，结合策划方案的基本格式，通过160多年个具体案例，从企业的市场营销战略、市场营销调研、目标市场与市场定位、产品开发、价格、销售渠道、促销、顾客满意、市场竞争以及企业CIS导入等不同方面，介绍与工作岗位内容相符合的策划方案的编制方法与思路。

本书案例丰富，通俗易懂，具有可操作性强的特点。

通过学习使学生逐步掌握市场营销工作岗位的策划技能，有利于学生就业并较快地胜任岗位工作。

本书可作为中等职业学校市场营销、国际商务、企业管理、财政经济等专业的教材，也非常适合作为企业在职业人员的培训教材和营销人员的自学用书。

本书还配有电子教学参考资料包（包括教学指南、电子教案及部分习题答案），详见前言。

<<现代市场营销策划实务>>

书籍目录

第1章 市场营销策划概述 1.1 市场营销策划及其特点 1.2 市场营销策划的基本要素 1.3 市场营销策划的内容 1.4 市场营销策划的基本原则 1.5 市场营销策划的方法 1.6 市场营销策划的程序 习题与训练1 阅读材料1——洛沐矶奥运会的新创意第2章 如何撰写策划方案 2.1 撰写策划方案的一般原则 2.2 策划方案的撰写方法 2.3 策划方案的格式 习题与训练2 阅读材料2——推销员训练策划方案提纲第3章 市场营销战备策划 3.1 市场营销战略概要 3.2 市场营销战略总体构架 3.3 市场营销战略现划方案 习题与训练3 阅读材料3——透视爱立信手机生产的退出战略第4章 市场营销调研策划 4.1 市场营销调研的目的和方法 4.2 市场营销调研的策划步骤与实施要点 习题与训练4 阅读材料4——情人节的鲜花促销现划第5章 目标市场及市场定位策划 5.1 市场细分策划 5.2 目标市场策划 5.3 市场定位策划 习题与训练5 阅读材料5——“动感地带”的市场定位第6章 产品策划 6.1 产品整体策划 6.2 产品品牌策划 6.3 产品服务策划 6.4 产品组织策划 6.5 新产品开发策划 习题与训练6 阅读材料6——把冰以十倍的价格卖给爱斯吉摩人第7章 价格策划 7.1 定价的方法和策略 7.2 影响定价的主要因素与分析 7.3 价格策划与调整 习题与训练7 阅读材料7——丰田公司新皇冠汽车的价格思路第8章 销售渠道策划 8.1 销售渠道的构建与管理 8.2 销售政策与渠道策划程序 习题与训练8 阅读材料8——戴尔公司的直线订购模式第9章 促销策划 9.1 促销的方式及组合 9.2 广告促销策划 9.3 人员推销策划第10章 顾客满意策划第11章 市场竞争策划第12章 企业CIS导入策划第13章 创新思维与自我策划参考文献

<<现代市场营销策划实务>>

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>