第一图书网, tushu007.com

<<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：9787121088865

10位ISBN编号：712108886X

出版时间：2009-9

出版时间：电子工业出版社

作者：薛辛光，孙雷红 编著

页数：295

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

内容概要

本书是以实践应用为导向的营销策划实务教程，介绍营销策划的基本知识和策划操作的一些基本程序与方法。
本书从基本理论、基本策划程序和方法、策划实战分析方面介绍营销策划的通用内容，又从战略策划、战役（推广）策划、战术策划（产品、促销等方面）的角度详细地阐述营销策划的具体操作方法。
本书坚持以营销理论作为策划活动的指导，重视策划分析思路与方法的介绍，强调用科学的过程保证科学的策划结果。
同时对营销活动的细节进行分析，重点介绍营销策划的基本操作规范和策划思路。
本书可作为高职高专市场营销、工商管理等专业的教学用书，也可作为中小企业经营者、市场营销人员、营销咨询人员和营销策划研究者、学习者的参考书。

<<营销策划理论与实务>>

书籍目录

第1章 营销策划导论 1.1 营销策划概述 1.1.1 营销策划的作用与能力要求 1.1.2 营销策划的概念与策划构思过程 1.1.3 营销策划的特征 1.1.4 营销策划的分类 1.2 营销策划理论基础 1.2.1 营销策划理论内容 1.2.2 创意的基本步骤与开发途径 1.3 营销策划机构的组织 1.3.1 营销策划机构 1.3.2 营销策划组织机构设计的原则 1.3.3 营销策划组织机构的形式 1.4 营销策划经费预算 1.4.1 营销策划经费预算的基本原则 1.4.2 营销策划经费预算的构成 本章小结 复习思考题 实训题第2章 营销策划程序与方案撰写 2.1 营销策划的构成要素分析 2.1.1 影响营销策划对象的因素 2.1.2 营销策划活动的构成 2.2 营销策划的程序 2.3 营销策划书的撰写 2.3.1 营销策划书的作用 2.3.2 营销策划书的编制原则 2.3.3 营销策划书的结构 2.3.4营销策划书的撰写技巧 2.4 营销策划书的报告 本章小结 复习思考题 实训题第3章 营销策划分析 3.1 营销策划分析的作用与过程 3.1.1 营销策划分析的作用 3.1.2 营销策划分析的一般过程 3.1.3 营销策划分析的内容 3.2 企业市场营销环境分析 3.2.1 营销策划相关宏观环境分析 3.2.2 营销策划行业背景分析 3.2.3 竞争分析 3.2.4 当前市场状况及市场前景分析 3.2.5 企业资源分析 3.2.6 产品分析 3.3 市场机会分析 3.3.1 SWOT状态分析 3.3.2 SWOT对策分析 3.4 目标市场战略的STP分析 3.4.1 市场细分分析 3.4.2 目标市场分析 3.4.3 市场定位分析 本章小结 复习思考题 实训题第4章 产品策划 4.1 产品策划概述 4.1.1 产品策划的内容与意义 4.1.2 产品策划思路 4.1.3 产品策划评价 4.2 单一产品策划 4.2.1 单一产品策划的程序与内容 4.2.2 单一产品策划书的格式与内容要求 4.3 产品策划相关知识 4.3.1 产品开发内容的策划 4.3.2 新产品的特点 4.3.3 新产品开发过程的策划 4.3.4 产品包装设计的策划 4.3.5 产品品牌的策划 4.3.6 品牌决策 本章小结 复习思考题 实训题第5章 促销策划原理与方法第6章 营销推广策划第7章 广告策划第8章 营销渠道网络策划第9章 营销战略策划参考文献

章节摘录

第1章 营销策划导论1.2 营销策划理论基础营销策划是根据企业营销的历史和现状来谋划未来的行为，是围绕企业经营目标，依据营销规律，配置企业资源的活动。
因此研究营销策划必须弄清营销策划所依循的理论内容。
为了方便后续的策划分析，在这里简单介绍策划活动将涉及的相关理论。
1.2.1 营销策划理论内容营销策划是一项多学科交叉的综合性活动，涉及诸多学科的多种理论。
但是，就其学科本源来说，市场营销学和创造学是构成其学科的基本骨架。
市场营销理论主要揭示市场营销活动的一般规律，主要内容如下。
1.五种经营观念经营观念包括生产观念、产品观念、推销观念、市场营销观念、社会市场营销观念。
（1）生产观念。
这种观念是从企业本身出发，认为市场什么都需要，企业只要能生产出来即可，故称为生产观念或生产导向。
生产观念假设消费者会接受任何他能买得到并且买得起的产品，因此，企业的一切经济活动都以生产为中心，经营管理的主要任务是在企业内部加强管理，提高劳动生产效率，增加产品数量，降低成本，达到获取利润的目的。

编辑推荐

《营销策划理论与实务(第2版)》特点：工学结合——教材体系突出教学过程的实践性、开放性和职业性，强化职业能力培养；校企联手——教材内容兼顾职业资格考证，提升岗位竞争能力；案例贴切——教材案例贴近实际，综短学生校内学生与实际工作的距离；资源丰富——教材配有电子教案、参考答案等教学资源，免费下载，方便教学；作者优秀——来自一线的“双师型”骨干教师，倾力打造实用型精品教材。

第一图书网, tushu007.com

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