

<<现代策划实战技法>>

图书基本信息

书名：<<现代策划实战技法>>

13位ISBN编号：9787301129876

10位ISBN编号：7301129874

出版时间：2008-3

出版时间：北京大学出版社

作者：田长广

页数：370

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>

<<现代策划实战技法>>

内容概要

我国策划学的理论研究已进入到了一个全新的阶段，理论与实践相结合才能显示出理论强大的生命力。今天我们将策划学理论与策划的实战技法相结合进行研究，开辟了中国策划学研究又一个新领域，是策划学理论研究的一个质的飞跃。

《现代策划实战技法》一书，重点阐述了策划实战中的技法。

它包括策划实战、企业竞争策划、宣传造势策划、新闻策划、企业战略策划、企业管理策划、企业诊断策划、企业形象策划、营销策划、广告策划以及策划书的创作和整理与论证的基本技法等。

书中很多技法对策划实战具有普遍的指导意义，如勇于冒险法、使术法、借势发动法、巧设陷阱法、标新立异法、玩弄价格法、攻心法、热点移用法、理论对照法等。

本教材力争给策划人和初学策划者在策划实践中予以一定的借鉴和指导，在策划实战中和策划书的创作中尽量少走弯路。

本书既可作为高等院校策划学专业的教材，也可供广告学、营销学、管理学专业以及社会有志学习策划理论和方法的同志作为工具书，又可作为从事策划理论研究的人士的参考书。

<<现代策划实战技法>>

书籍目录

第一章 策划实战技法 第一节 策划技法概述 第二节 商战策划类 第三节 市场策划类 第四节 新闻炒作类 第五节 营销策划类 第六节 企业策划类 思考题第二章 企业竞争策划技法 第一节 企业竞争策划的含义 第二节 企业竞争策划是获取盈利的重要途径 第三节 企业竞争策划的分析方法 第四节 企业竞争策划的特性 第五节 全面提升企业竞争力 第六节 企业竞争策略的制定 思考题第三章 宣传造势策划技法 第一节 关于造势的含义 第二节 宣传造势策划的原则 第三节 造势策划的信息传播形式 第四节 顺应形势、灵活造势 第五节 造势方法研究 第六节 势、时、术运用 第七节 借势策划法的运用 第八节 顺势法在策划中的运用 思考题第四章 新闻策划技法 第一节 公关新闻策划 第二节 新闻策划的条件 第三节 新闻策划的技法 思考题第五章 企业战略策划技法 第一节 企业战略策划概述 第二节 企业经营战略策划的类型与体系 第三节 企业战略策划的环境分析与经营战略策划的程序 第四节 企业经营战略的实施与控制 第五节 企业经营战略策划的步骤 思考题第六章 企业管理策划技法 第一节 管理策划与相关理论 第二节 管理组织结构设计 第三节 企业管理策划的程序与方法 第四节 管理技术 思考题第七章 企业诊断策划技法 第一节 企业诊断概述 第二节 企业诊断的原则及步骤 第三节 企业战略评价诊断 第四节 企业经营诊断 第五节 企业人力资源与劳务诊断 第六节 企业经营活动诊断 第七节 企业经济效益诊断 第八节 企业财务诊断 第九节 诊断报告编写与诊断后指导 思考题第八章 企业形象策划技法 第一节 企业形象定位 第二节 企业形象CIS总概念报告 第三节 企业CIS策划案 第四节 CIS的实施步骤 第五节 企业理念识别系统(MI) 第六节 企业行为识别系统(BI) 第七节 企业视觉识别系统(VI) 第八节 企业CIS导入作业流程 第九节 CIS手册创作与设计 思考题第九章 营销策划技法 第一节 营销策划的程序及构成要素 第二节 营销策划中的几个要点 第三节 营销策划中的几个难点 第四节 营销策划书的设计与撰写 第五节 常用的营销策划技法 思考题第十章 广告策划技法 第一节 广告计划拟订技法 第二节 广告计划拟订的程序及内容 第三节 广告计划的实施 第四节 广告定位 第五节 广告创意 第六节 广告媒体 第七节 广告效果评估 思考题第十一章 策划书的创作技法 第一节 策划书的类型、特征和原则 第二节 策划书的创作步骤 思考题第十二章 策划书的整理与论证 第一节 策划案的整理 第二节 策划结果的预测 第三节 策划案的论证 思考题参考文献后记

<<现代策划实战技法>>

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>