

<<营销策划理论与实践>>

图书基本信息

书名：<<营销策划理论与实践>>

13位ISBN编号：9787312023187

10位ISBN编号：7312023185

出版时间：2010-2

出版时间：中国科大

作者：朱华锋

页数：318

字数：406000

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>

## <<营销策划理论与实践>>

### 内容概要

笔者以十年营销策划课程教学研究的感悟，加上原来十来年营销策划实战经验的积累，重新打造了本书，其定位专一而单纯：为营销策划教师提供一本具有实用性的教材，为市场营销专业学生提供一本具有可读性的学习读本。

其内容专业而独特：不同于市场营销学，但又不脱离市场营销学；不简单重复市场营销学，而又站在市场营销学的基础上，运用和驾驭市场营销学的原理与知识指导营销实践，开展营销策划。

其体例规范有创新：课前有教学要求和前置知识；课程内容既有策划理论与方法，也有策划实践案例；课后有后置练习，包括策划理论知识练习和策划实战模拟练习两个方面，以便巩固所学策划知识与技能。

## <<营销策划理论与实践>>

### 书籍目录

序言第2版前言前言第一章 营销策划导论 第一节 营销策划探源 第二节 营销策划思维 第三节 营销策划谋略 第四节 营销策划误区防范第二章 市场调研策划 第一节 市场调研策划与执行流程 第二节 营销环境调研策划 第三节 市场需求调研策划 第四节 市场竞争调研策划 第五节 营销策略调研策划 第六节 营销绩效调研策划第三章 市场定位策划 第一节 市场定位策划概述 第二节 企业定位策划 第三节 品牌定位策划 第四节 产品定位策划 第五节 企业形象策划第四章 品牌策划 第一节 品牌建设策划 第二节 品牌命名策划 第三节 品牌延伸策划 第四节 品牌拯救策划第五章 产品策划 第一节 产品策划原理 第二节 产品规划 第三节 新产品上市策划 第四节 疲软产品提升策划第六章 价格策划 第一节 价格策划原理 第二节 终端价格策划 第三节 价格结构策划 第四节 价格体系策划 第五节 价格调整策划第七章 分销渠道策划 第一节 分销渠道策划原理 第二节 分销布局策划 第三节 分销模式策划 第四节 通路招商策划第八章 广告传播策划 第一节 广告传播策划原理 第二节 广告诉求主题策划 第三节 广告创意策划 第四节 广告媒体策划第九章 公关传播策划 第一节 公关传播策划原理 第二节 新闻公关策划 第三节 赞助公关策划 第四节 危机公关策划第十章 促销活动策划 第一节 促销活动策划原理 第二节 买赠促销策划 第三节 特价促销策划 第四节 节假日促销策划 第五节 服务促销策划实战案例索引

<<营销策划理论与实践>>

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>