

<<市场营销策划理论与实务>>

图书基本信息

书名：<<市场营销策划理论与实务>>

13位ISBN编号：9787313075215

10位ISBN编号：7313075219

出版时间：2011-8

出版时间：上海交通大学出版社

作者：张建华，王春兰 主编

页数：198

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>

<<市场营销策划理论与实务>>

内容概要

本书以经济学、管理学的基本原理为依据，以营销策划实务为研究对象，从国内外营销策划发展的实际出发，根据社会主义市场经济的需要，结合我国经济体制改革的具体情况，探索营销策划的基本原理，研究营销策划的实务动作，形成市场营销策划的总体构架和学科体系。

本书是专门面向高职高专院校学生使用的专业核心课程教材之一，其特征是较好地体现了“传授学生‘零距离上岗’职业知识和‘无缝对接’职业技能”的编写原则。

本书也可作为营销策划人员业务培训的参考用书，还可作为商贸企业领导及各级经营管理人员的参阅读本。

<<市场营销策划理论与实务>>

书籍目录

- 项目一 营销策划导论
- 项目二 营销策划创意
- 项目三 营销策划组织与策划人
- 项目四 营销策划的调查研究与环境分析
- 项目五 企业入市策划
- 项目六 企业营销定位策划
- 项目七 品牌策划
- 项目八 企业形象策划
- 项目九 整合营销策划
- 项目十 关系营销策划
- 项目十一 网络营销策划
- 参考书目

<<市场营销策划理论与实务>>

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>