

<<点击中国策划4>>

图书基本信息

书名：<<点击中国策划4>>

13位ISBN编号：9787501776023

10位ISBN编号：7501776024

出版时间：2006-7

出版时间：中国经济出版社

作者：孙德禄

页数：502

字数：541000

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>

<<点击中国策划4>>

内容概要

当世界的经济格局随政治变化每日都在更新着布局，当按中国昨天的方法，西方今天的模式无法驾驶时，一批财智时代的杰出代表——策划人应时而出，他们受益于中国五千年文化的滋养，得道于对西方智力经济运行模式的辨析，告别昨天、突破今天、正在创造着明天，他们驰骋世界五大洲，立足在九百六十万平方公里的国土，用他们的超前智慧、极强执行力不但创造了一个又一个经济奇迹，而且改写了中国经济的发展史。

在历史的长河中，他们只是代表某一个时期的璀璨之星，但星光闪烁总有闪烁的理由，洞透了他们对经济大局与政治经济的整体把握和运行，反刍于中国策划评论对他们经济运行策划大致方略的指导和修正，尽管这些获得金奖、银奖、优秀奖的案例人工斧凿痕迹太重，但毕竟瑕不掩瑜，我们加“点击”两字的意思就是告诫策划家不要陷入“自成一家”的圈子，不要盲目地过于自负，“山外青山楼外楼，还有高峰在前头”，应是自律的座右铭，同时也告知读者“知道策划是什么，更要知道为什么”，从中悟出策划方法，悟出深层次的策划之道。

作者简介

孙德禄，中国策划十大首席评委，著名策划人、评论家。

1989年起在国务院发展研究中心某下属部门从事国际战略研究。

曾任人民海外版策划办公室主任。

先后从事记者、作家、法律等职业活动。

2003年以后出任中国兰图智业研究院执行院长，并出任第二、三届中国策划大会秘书长。

书籍目录

第1篇 营销类策划 策划走进联合国 深入服务创造价值 电视淮军演绎传奇 解读品牌媒体一体化 威海恒发连锁经营店运作方案纲要 从“迟到的”到“领跑的”——“家居乐”南京建材业市场争夺战 策划纪实 促销、形象、活动三结合的时空营销——菏泽商业步行街营销推广方案 “保护长江万里行”公益主题有技巧 客户需要什么我们就提供什么——扬州市信隆典当行业战略发展策划案 环渤海迎第三次产业转移 文登用规划指导产业集群发展 联合、发展、共赢——2004盛夏TCL冰箱新攻略 南阳辣椒市场调研、分析及策划方案 三年申吉，我们究竟赢在哪里 相约99，引爆双节白酒消费 新磁场营销团队晋育锋 祈福2006甜蜜新年大淘金——金佰川策划元旦购物不夜天第2篇 地产旅游类策划 大营特色旅游出奇 策划大理笑傲江湖 承受房产营销之重——河南许昌“西湖左岸”营销案例纪实 22亿大型地产异国风情街卖点策划 乌鲁木齐市达坂城区旅游文化产业发展——高举王洛宾的旗帜 非线性策划：w胖鱼头策划技巧性策划案 “红色经典博览城”策划方案 第3篇 品牌类策划 世界第九大奇迹——景德镇“千年瓷谷”浮出水面 品牌战略创造条件——北京坦博石油化工有限公司 今麦郎营销：华龙品牌升级和战略转型的奠基战 战略转折点：把鸡肋啃出味道 还是置之死地而后生——路邦：传统老企业战略转型实战 亿干王：品牌立命，成就王者霸业 数风流人物，品古越龙山——古越龙山全案策划记 黄帝故里(新郑)故都大文化产业策划 第4篇 药类策划 帝皇丸借势行销8848力拔品牌高峰 哈药集团世一堂眼科连锁中心项目——百城万店光明工程引爆惊天财富规划 “体内洗骨”药品：木竭胶囊全案策划的幕后点击——剖析“全息介质营销理论”如何指导医药保健品策划 解读参花消渴茶的营销模式——“全息介质营销理论”在实战中的全面指导 从女人到男人：打开市场的另一半——东阿阿胶战略扩张营销策划案 发挥本土化优势和专业的营销思路——舒肤特郑州市场拓展计划书 第5篇 广告类策划 无中生有点石成金 东方车王倒骑摩托攀登丫髻山——世界第一人创造吉尼斯世界纪录活动策划方案 第6篇 创意类策划 基于标准营销的沃尔玛(中国)品牌本土化沟通策略 2004年中国物流业的发展与机遇——记2004年中国(郑州)物流财富国际论坛 整合营销与形象公关推广——南宁世贸广场形象公关推广策划案 “灵通无绳”创新举措品牌越叫越响——中国电信(南宁)“灵通无绳”营销推广策划

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>