

<<市场推广实用手册>>

图书基本信息

书名：<<市场推广实用手册>>

13位ISBN编号：9787501784349

10位ISBN编号：7501784345

出版时间：2008-4

出版时间：中国经济出版社

作者：冯章 编

页数：249

字数：297000

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>

<<市场推广实用手册>>

内容概要

市场推广如何具体运作呢？

市场推广的目标、步骤、策略和管理是怎样的？

本书将带您进入“市场推广”的有趣领域遨游！

全书共分四篇即“计划篇”、“运作篇”、“管理篇”和“策略篇”。

“计划篇”为您介绍市场推广的三大目标和五大操作步骤。

“运作篇”给读者朋友展示了市场推广的四大工具及运作方法，内容包括广告推广、销售促进推广、公关推广和人员推广的操作以及直销推广和威力巨大的渠道推广实务。

“管理篇”中您将看到市场推广的效果评估，费用预算控制方法和推广过程的管理。

“策略篇”我们为您论述了市场推广原理在新产品、工业品、高技术产品在市场推广中的应用，非常具有针对性和实用性。

本书内容精彩，知识丰富，突出实战性，操作性，是大小公司总经理、市场总监、市场经理、营销总监、广告总监、企划经理的最佳读物！

赶快翻到下一页，成功在向您招手！

<<市场推广实用手册>>

书籍目录

计划篇 市场推广的概念、目标和步骤第一章 市场推广的目标和步骤 一、市场推广究竟是什么 1.何谓市场推广 2.市场推广的四大工具 二、市场推广策划 1.什么叫市场推广策划 2.单一市场推广策划和整体市场推广策划 3.市场推广与整合营销传播 三、市场推广策划的目标和步骤 1.市场推广的步骤 2.确定市场推广的目标 3.选择市场推广工具 四、设计市场推广方案 1.制定市场推广方案前期应考虑的因素 2.应付竞争的方案设计 3.产品生命周期与市场推广方法 4.市场推广方案的五大决策因素 运作篇 市场推广四大工具及其运作管理篇 市场推广的效果评估和管理策略篇 不同性质产品的推广策略

<<市场推广实用手册>>

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>