

<<企业营销策划实务>>

图书基本信息

书名：<<企业营销策划实务>>

13位ISBN编号：9787501784622

10位ISBN编号：7501784620

出版时间：2008-4

出版时间：中国经济出版社

作者：李本辉，邓德胜 著

页数：214

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>

<<企业营销策划实务>>

内容概要

本书简明扼要地介绍了现代市场营销的基础理论，着重阐述营销策划实务。

作者面向行业、贴近市场，将满足职业岗位所需的知识点渗透到能力训练之中，在市场研究、营销战略、营销管理和营销制度创新等领域，既有概论的叙述，又有具体的工作步骤，并附有大量经典案例的介绍，以期深入浅出地启迪读者思路，指导具体操作。

作者以职业能力培养为主线，比较注重教材的实用性、职业性、适应性和先进性。

本书是高等院校经贸类专业教材和其他专业选修市场营销的参考书，也适合作为各种类型的营销培训班的教材，同时还可以作为高等院校和财经专科学校相关专业的教师参考书以及中高级经济干部进修的自学读物。

<<企业营销策划实务>>

作者简介

李本辉，男，硕士，湖南省管理与科学学会理事、湖南省市场学会常务理事。师从中国工程院常务副院长王淀佐院士，中国人民大学人力资源学院彭剑锋教授、工商管理学院张立翔教授。

曾在新加坡国立工商大学进修学习。

历任冶金工业部长沙设计院高级工程师、高级经济师；唐人神集团公司副总、总经理；创新集团副总、加华生物科技集团副总裁，2004年起任中南林业科技大学副教授、硕士生导师。

参加工作以来致力于市场营销策划实践和市场营销学的研究。

先后主编《新市场营销学》、《营销策划学》等4部教材或专著。

主要研究企业发展战略和文化建设，营销决策管理和供应链管理，承担省级以上科研课题6项，企业横向课题30余项，发表学术论文20多篇。

<<企业营销策划实务>>

书籍目录

第一章 企业战略规划 第一节 企业战略规划及内容 第二节 企业业务拓展战略 第三节 企业生存发展战略 第四节 企业市场竞争战略策划第二章 市场战略策划 第一节 市场形势的分析与判断 第二节 企业入市的战略战术策划 第三节 企业扩张战略策划 第四节 企业资本营运的方式方法策划 第五节 市场退出战略策划第三章 企业形象与CIS战略策划 第一节 企业形象策划的程序与基本原则 第二节 企业形象策划的开发与设计 第三节 CIS战略导入与时机 第四节 企业整体形象战略的核心第四章 营销造势与商业活动策划 第一节 营销造势策划 第二节 企业公关专题活动策划 第三节 商业活动策划第五章 顾客满意战略策划 第一节 顾客满意指标 第二节 顾客服务满意战略策划第六章 目标市场STP战略策划 第一节 市场细分策划 第二节 目标市场选择策划 第三节 目标市场定位策划第七章 企业营销制度与业态策划 第一节 企业营销制度策划 第二节 企业营销业态策划第八章 生态营销主题策划 第一节 循环经济主题策划 第二节 绿色营销主题策划 第三节 绿色包装策划与生态环境影响分析第九章 企业国际化经营战略策划 第一节 国际化经营的战略分析 第二节 企业进入国际市场的营销方式策划 第三节 国际化战略策划 第四节 战略联盟策划主要参考文献

<<企业营销策划实务>>

章节摘录

第一章 企业战略规划 第一节 企业战略规划及内容 一、企业战略规划及重要性 企业战略规划是指企业的最高管理层通过规划企业的基本任务、目标及业务（或产品组合），使企业的资源和实力同不断变化的营销环境之间保持加强战略适应性的过程。

换一句话说，就是企业为了使自己的资源和实力同营销环境相适应，以加强自己的应变能力和竞争力而制定的长期性、全局性和方向性的规划。

战略规划对一个企业的生存和发展具有决定性的指导意义。

没有正确战略指导的营销活动，就像一艘无舵的船，将随风飘泊，不知所终。

特别是在市场环境变化无常的情况下，长期性、全局性、方向性的规划正确与否，对企业的前途和命运至关重要。

二、企业战略规划的步骤和内容 企业战略规划的内容和步骤是：第一，在整体层次上规定企业的基本任务；第二，根据基本任务的要求确定企业的目标；第三，安排企业的业务组合（或产品组合），并确定企业的资源在各业务单位（或产品）之间的分配比例；第四，在业务单位、产品和市场层次上制定营销计划及其他各项职能计划（如生产计划、人力资源计划等），这些计划是企业的总体战略在各业务单位、产品和市场层次上的具体化。

市场营销战略规划的制订是指这样的一种管理过程，即企业的最高管理层通过规划企业的基本任务、目标以及业务组合，使企业的资源和能力同不断变化着的营销环境中保持着与战略适应的关系。战略规划的主要内容和过程包括以下方面：（1）规定企业任务；（2）确定企业目标；（3）安排企业的业务组合。

<<企业营销策划实务>>

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>