

<<市场营销策划>>

图书基本信息

书名：<<市场营销策划>>

13位ISBN编号：9787501785629

10位ISBN编号：7501785627

出版时间：2008-6

出版时间：中国经济出版社

作者：张建华，李高伟 主编

页数：300

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>>

### 内容概要

《市场营销策划》一书正是营销策划实践活动和营销策划理论探索的产物，它是专门研究营销策划运作与实务的应用学科。

研究营销策划学，主要任务在于探索、揭示营销策划的发展演变规律，总结营销策划的理论与实践，为营销策划的不断改进与有效创新提供理论指导与技术参考。

本书以经济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，按照“建立大市场、搞活大流通、发展大贸易”的要求，根据建立、发展社会主义市场经济的需要，结合我国流通、财政、税收、金融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运作，形成市场营销策划的总体构架和学科体系。

本书注重理论与实践相统一，国内与国际相衔接，历史与现实相交融，当前与长远相结合，内容丰富，结构严谨，信息量大，剪作剪性强，既可作为本、专科院校营销类专业的教学用书，也可作为营销策划人员业务培训用书，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>>

### 书籍目录

第一章 营销策划原理 第一节 市场与市场体系 第二节 策划与营销策划 第三节 营销策划的内容第二章 营销策划流程 第一节 营销策划的程序 第二节 营销策划的原则 第三节 营销策划的方法 第四节 营销策划书编制第三章 营销调研策划 第一节 营销调研策划概述 第二节 营销调研内容策划 第三节 营销调研流程策划 第四节 营销调研方案策划 第五节 营销调研问卷设计第四章 市场定位策划 第一节 市场定位策划 第二节 市场细分策划 第三节 定位策略策划第五章 广告策划 第一节 广告策划概述 第二节 广告创意策划 第三节 广告媒体策划第六章 企业形象策划 第一节 形象策划程序 第二节 形象策划方案 第三节 形象策划设计第七章 价格策划 第一节 价格策划概述 第二节 价格策划的内容 第三节 新产品价格策划第八章 产品策划 第一节 产品策划概述 第二节 产品策划内容 第三节 新产品策划方法参考书目

## &lt;&lt;市场营销策划&gt;&gt;

## 章节摘录

**第一章 营销策划原理** 【学习目标】 研究市场营销策划，不仅要学习和掌握市场营销策划的方法和技巧，更重要的是要认识和掌握市场营销策划的一般规律性，并以创新思维为灵魂，遵循市场经济的客观规律，更好地开展市场营销策划的实践活动。

通过本章的学习，读者要了解营销策划的内涵，了解营销策划的目的意义，掌握营销策划的一般原理，重点了解营销战略策划、营销战术策划、营销创新策划、营销总体策划等营销策划的主要内容。

【个案引读】 20世纪90年代，受南方汤圆在北方大受青睐的启发，三全食品公司的创始人陈泽民开始了他远大的经营速冻食品帝国的征程。

到2003年，三全公司已经初具规模，成为行业的领先企业。

2003年下半年，速冻产业的竞争可以说是“大和尚变老了，小和尚变刁了”。

因为速冻企业的门槛低，利润可观，市场操作相对简单，在三全公司成功以后，大量速冻企业如雨后春笋般涌现。

大量的重复建设导致无序竞争加剧，加上速冻产品销路窄，只能依赖超大型卖场（如沃尔玛、家乐福等）、连锁超市等具有冷冻链的渠道和终端，竞争严重同质化，低价战、低端战，甚至是降质战不断，最后市场进入了冻结期。

三全公司经过多次诊断和企业自身的深刻反思，在“沉寂”两年之后，进行了一系列的创新举措。

1. 管理架构创新，再造主导力量 2005年，三全公司向业内宣布已经完成从产品线到管理架构等方面的全线升级。

过去企业生产、销售、研发等部门条块分割，信息在各环节滞留时间长，贻误商机，为此，三全公司建立事业部机制：建立了快速反应决策机制，保证从市场反馈到新产品研发成功只需要15天的时间，使信息从市场反馈过来时，下游的生产、研发部门能提前介入，科学、快捷决策，建立一系列规范化操作流程。

这个从产品到管理架构的全线升级的过程，为三全公司建造了产业更新和信息转换的平台，使其能够快速、合理地控制和调配资源，有目的地进行建设、推广和改进工作，从而从根本上整合并形成了三全公司在其行业中的主导力量，奠定了其长远发展的基础。

<<市场营销策划>>

编辑推荐

《十一五高职高专经贸管理类规划教材：市场营销策划》条理清晰，易于阅读；运用大量案例配合理论教学；强调实践操作，注重学生能力的培养。

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>