

<<现代企业策划>>

图书基本信息

书名：<<现代企业策划>>

13位ISBN编号：9787504728531

10位ISBN编号：7504728535

出版时间：2008-4

出版时间：中国物资出版社

作者：任俊义

页数：170

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>

<<现代企业策划>>

内容概要

当今世界，科学技术突飞猛进，国力竞争日趋激烈，从而也促进企业策划进入了一个新的发展时期，形成了一种新的模式。

本书在讨论新经济所引起的企业观念、企业模式和企业管理具体转变的基础上，提出企业策划进入了智能策划的新阶段，形成了企业策划的新模式——专家智能策划，从而使企业策划从感觉型、经验型、科学型发展到信息经济时代的智能型。

书中论述了企业智能策划的含义、模式、过程和基本要素，还初步讨论了企业专家智能策划系统的有关问题。

并以专家智能策划为指导，详细地介绍了企业发展战略策划、企业产品创新策划、企业营销策划、企业公共关系策划等。

<<现代企业策划>>

书籍目录

第一章 企业策划 一、企业策划的含义 二、企业策划的特性 三、企业策划的作用第二章 企业策划的变革 一、新经济时代 二、新经济时代企业的变化 三、企业策划的变革第三章 企业智能策划 一、企业智能策划的含义 二、企业智能策划模式 三、企业智能策划的基本要素 四、专家智能策划系统第四章 企业发展战略策划 一、企业发展环境新透视 二、企业发展战略策划的思考 三、企业通用发展战略策划 四、基于行业和规模的战略策划第五章 市场营销策划 一、市场大巨变 二、营销新观念 三、品牌营销策划 四、服务营销策划 五、绿色营销策划第六章 产品创新策划 一、产品创新策划概说 二、产品组成元素的创新策划 三、产品创新策划的市场导向 四、产品创新策划的技术导向第七章 公共关系策划 一、公共关系策划时机的把握 二、公共关系活动创意策划 三、公共关系广告创意策划参考文献

章节摘录

第一章 企业策划 二、企业策划的特性 (一) 科学性 由于企业环境与企业行为的复杂多变,使企业策划已不可能是“灵机一动”,也不会轻易地“计上心来”,而是一门科学,即策划的科学。

企业策划的科学性,一方面体现于企业策划必须具备科学的理论基础和建立在科学的方法上。

另一方面表现为企业策划人员必须具有较高的科学文化知识和较强的科学意识、科学观念,并能在策划过程中,进行科学地选择和组合。

(二) 系统性 由于策划方案要求具有完备性和可操作性,从而使企业策划显示出很强的系统筹划的特点。

企业策划的系统

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>