

<<西方策划学>>

图书基本信息

书名：<<西方策划学>>

13位ISBN编号：9787509004067

10位ISBN编号：7509004063

出版时间：2008-12

出版时间：高娟、李贵夫 当代世界出版社 (2008-12出版)

作者：高娟，李贵夫 著

页数：389

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>

<<西方策划学>>

内容概要

《西方策划学》引入了中文语境的西方策划学，讲述了西方策划发展史、咨询理论与策划哲学、西方策划学的推类、定义策划、战略管理与软科学等内容，《西方策划学》是认识论也是方法论，是学术也是教材，更是从事市场经济不可或缺的知识读本。

<<西方策划学>>

书籍目录

总序 策划与改革30年同行序 东方语境中的西方策划学绪论 咨询的力量与系统思考的本质史篇引子——策划的新范式第一章 西方策划发展史第一节 西方谋略智慧的原型第二节 管理咨询发展史概说第三节 现代管理咨询学说代表人物第四节 21世纪对管理咨询的挑战【阅读材料1】 奥美的观点【阅读材料2】 中西思维方式比较——以广告为例学篇引子——从企业家精神说起第二章 咨询理论与策划哲学第一节 创造性与隐喻和范式的关系第二节 系统思考的逻辑第三节 创新性整体方法论【阅读材料3】 全面质量管理（TQM）：一个应用系统隐喻的实例第三章 西方策划学的推类第一节 西方策划学的主流派第二节 西方策划实践新视域第三节 西方策划理论在实践中的反射第四节 现代策划方法的分类【阅读材料4】 VSD实践：一个大型旅游服集团的例子【阅读材料5】 SSM实践：温特顿合作发展机构的例子【阅读材料6】 CSH实践：警方应对携带攻击型武器问题之策略【阅读材料7】 TSI实践：志愿服务协会实例结论：对全面系统干预的评论第四章 定义策划第一节 策划的认识误区第二节 策划的基本特征和基本原则第三节 策划的运作过程第四节 策划的定义学篇引子：战略局变在细微处萌发第五章 西方调查业概述第一节 市场的作用第二节 调查与策划第三节 行业发展【阅读材料8】 实时消费服务：了解WebSurveyor第六章 事必躬亲——耐用消费者调查研究第一节 研究课题与方向第二节 研究模型第三节 调查实践案例第七章 蔚然成风——快速消费品调查研究第一节 研究课题与方向第二节 研究方法第三节 调查实践案例第八章 弃旧图新——服务消费品调查研究第一节 研究课题与方向第二节 研究理论第三节 调查实践案例【阅读材料9】 公共关系与新媒体技术第九章 中外市场调查公司第一节 央视索福瑞公司第二节 北京零点调查公司第三节 盖洛普公司咨篇引子——为什么要重塑企业第十章 咨询视野下企业的抉择第一节 咨询与策划第二节 国际咨询机构第三节 管理咨询第四节 咨询面对的挑战第五节 优秀咨询的基础第十一章 咨询的营运过程第一节 咨询经纪第二节 启动第三节 诊断第四节 方案第五节 咨询的实施和结束第六节 由“特易购”实践看变革与规模第十二章 战略管理与软科学第一节 战略管理发展趋势第二节 企业核心竞争力研究第三节 战略变革及其启示第四节 软科学概述第五节 中国软科学心路历程第六节 中国软科学研究机构发展趋势第十三章 中外策划咨询公司第一节 麦肯锡公司第二节 Edengene咨询公司第三节 大林工作室社群第四节 王志刚工作室策篇引子：软力量也锋芒第十四章 创新动力学第一节 软实力概说第二节 作为策划本质的创新思维与创新理论第三节 创意社群与策划能量【阅读材料10】 我国台湾地区创意产业的范围界定终篇现代策划教育的未来时空后记 策划人生谋和美附录 中外决策咨询机构附录一 国务院发展研究中心附录二 美国兰德公司附录三 罗马俱乐部

<<西方策划学>>

编辑推荐

《西方策划学》由当代世界出版社出版。

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>