

<<促销策划与管理>>

图书基本信息

书名：<<促销策划与管理>>

13位ISBN编号：9787562434740

10位ISBN编号：7562434743

出版时间：2005-8

出版时间：重庆大学出版社

作者：杨伦超 主编

页数：376

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>

<<促销策划与管理>>

内容概要

本书以销售促进为主线，集中介绍促销的含义、特点、作用；促销人员的能力和素质；对消费者的促销策略、方法和技巧；对渠道促销策略的运用；组合促销策略；促销调查与促销策划书的设计；促销活动效果评估和促销管理等促销的基本原理、基本知识和基本技能。

本书理论与实际相结合，具有知识性和应用性，适宜作为高职高专市场营销专业和其他财经类专业的学生教材，也可用于企业营销人员培训，对研究促销理论、掌握促销技巧、创新促销思维有现实的指导作用。

<<促销策划与管理>>

书籍目录

第1章 促销与促销策划 1.1 促销概述 1.2 促销策划 1.3 促销策划应注意的问题 本章小结 思考题 实训及情景设计 案例分析 经典促销故事第2章 促销人员 2.1 促销人员的社会价值 2.2 促销人员的基本素质 2.3 促销人员的基本能力 2.4 促销人员的职业准则 本章小结 思考题 实训及情景设计 案例分析 经典促销故事第3章 消费者促销策略(上) 3.1 消费者促销策略概述 3.2 折价优惠促销策略 3.3 附送赠品促销策略 3.4 退费优待促销策略 3.5 凭证优惠促销策略 3.6 奖励促销策略 3.7 印花赠品促销 本章小结 思考题 实训及情景设计 案例分析 经典促销故事第4章 消费者促销策略(下) 4.1 会展促销策略 4.2 游戏促销策略 4.3 竞技活动促销策略 4.4 联合促销策略 4.5 赞助促销策略 4.6 会员制促销策略 4.7 其他促销策略 本章小结 思考题 实训及情景设计 案例分析 经典促销故事第5章 渠道促销策略 5.1 渠道促销概述 5.2 对销售人员的促销 5.3 对中间商的促销 5.4 渠道促销的具体形式 5.5 开展渠道促销应注意的问题 本章小结 思考题第6章 组合促销策略第7章 促销调查与促销策划第8章 促销活动效果的评估第9章 促销管理参考文献

<<促销策划与管理>>

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>