

<<商务策划文案写作>>

图书基本信息

书名：<<商务策划文案写作>>

13位ISBN编号：9787563816019

10位ISBN编号：7563816011

出版时间：2011-11

出版时间：首都经济贸易大学出版社

作者：杨智慧，彭英 编著

页数：238

字数：297000

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>

## <<商务策划文案写作>>

### 内容概要

《商务策划文案写作》围绕商务策划文案写作的各个方面展开，从商务策划写作的基本功，到商务策划的语用环境，再到商务策划文案的结构与章法、商务策划的语言表现与文本表现，基本涵盖了商务策划文案写作的主要方面。

在每一章节的安排上，《商务策划文案写作》照顾到教师教学与学生学习的方便，明确了各章教学和学习重点与难点，用一个“引导案例”引入章节的主要内容，在经过比较详尽的讨论之后，进行简单的小结，并提供该章节的“思考题”。

在每一章的后面，我们还安排了一个相关的“情景模拟与小组讨论”，供教师教学和学生自学所用。

## <<商务策划文案写作>>

### 书籍目录

第一章 商务策划与商务策划文案 第一节 商务策划与商务策划的应用 第二节 商务策划的表现形式  
第三节 商务策划文案的任务- 思考题 情景模拟与小组讨论 文案阅读与评点 “平安 &#8226;  
摩卡城市”一期项目包装及推广方案 第二章 商务策划文案写作的基本功 第一节 语言文字基础 第  
二节 体验与理解 第三节 知识与资料的准备 第四节 灵活高效的思维 思考题 情景模拟与小组  
讨论 文案阅读与评点 阿斯可尼葡萄酒2007年云南市场上市推广策划方案 第三章 商务策划文案的  
语境 第一节 语境概述 第二节 商务策划文案的语境 思考题 情景模拟与小组讨论 文案阅读  
与评点 2007年龙多山风景区市场推广方案 第四章 商务策划文案的写作原则 第一节 商务策划文案  
写作基本原则概述 第二节 鱼刺图写作原则 思考题 情景模拟与小组讨论 文案阅读与评点 保  
安堂医疗网项目策划方案 第五章 商务策划文案的结构与章法 第一节 商务策划文案的构成 第二  
节 商务策划文案的逻辑结构 第三节 商务策划文案的章法 思考题 情景模拟与小组讨论 文案阅  
读与评点 杨家坪沃尔玛超市2008年春节期间促销活动方案 第六章 商务策划文案的语言表现 第一  
节 语言使用与表达 第二节 视觉语言的运用 第三节 商务策划文案的语言表达禁忌 思考题 情  
景模拟与小组讨论 文案阅读与评点 “乐高”玩具展示会策划案 第七章 商务策划文案的文本表现  
第一节 商务策划文案文本表现的目标 第二节 文本整理 第三节 文本表现处理 思考题 情景  
模拟与小组讨论 文案阅读与评点 鹰之眼GPS2007年第二季度重庆市场推广方案 参考文献

## <<商务策划文案写作>>

### 章节摘录

第一章 商务策划与商务策划文案 商务活动是以价值交换为中心的智力和体力活动。围绕价值交换，交易的参与者研究活动所针对的对象和活动所在的时间、空间环境，进行价值创造和改造，并寻找适当的价值传递方式，精心组织和安排自身资源。这个价值交换过程和因为价值交换而产生的其他活动以及为使价值交换过程能够持续的所有活动，就是商务活动的全部。

为了获得生产和生活的目标，人们必然要进行相关的活动。在进行活动前，首先要进行行动策略的规划，这是智慧的反映，也是人类区别于动物的根本特征之一。

无论什么人，也无无论什么组织，总要在行动之前对自己或者组织的行动方向、目标、手段和条件，以及可以选择的途径和办法进行或粗略或仔细、或直截了当或反复斟酌的思考和选择，这样的思考和选择过程，就是策划。

为了获得商务活动的目标，进行有效的价值交换，运用自身所拥有的资源条件，进行行动目标研究、行动计划的安排和资源手段的组织，这就是商务策划。

商务策划，在本质上，是一个实际问题的解决过程。

商务活动的主体总是怀着不同的目标和预期组织自己的活动的。

于是，商务策划构成了商务活动的前奏。

这些目标与现实状态之间的差距，就是问题。

针对这些不同性质、不同层次的问题，商务活动的主体不得不思考什么是自己行动的目标，什么是行动所针对的对象，在什么样的环境状态下解决问题，解决问题需要什么样的资源，以及如何获得和组织这些资源。

这样，就构成了商务活动的策略和策略的规划。

.....

<<商务策划文案写作>>

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>