第一图书网, tushu007.com

<<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：9787565404122

10位ISBN编号：7565404128

出版时间：2012-1

出版时间：东北财经大学出版社有限责任公司

作者：张晓，王丽丽　主编

页数：235

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

第一图书网, tushu007.com

<<市场营销策划>>

内容概要

《市场营销策划:理论、实务、案例、实训》是由中国高等院校市场学研究会组编、东北财经大学出版社出版的“高职高专教育市场营销专业精品课程教材新系”之一，是为满足新形势下我国高职高专教育教学改革对新型专业教材的需求而编写的。
本教材具有如下特点：（1）倡导先进的高等职业教育理念，率先推出“21世纪‘多元整合型一体化’”的教材设汁模式；（2）坚持多维“整合论”的“健全职业人格”导向，构建以“职业知识”、“职业能力”和“职业道德素质”为基本内涵的教材赋型机制；（3）谦顾“纵向”与“横向”两个组织维度，打造“以职业知识为主、工作业务为辅，纵横组织交错”的教材体系结构；（4）依照“理论先行、实务跟进、案例同步、实训到位”的原则，全面展开教材内容；（5）实施“教学”、“训练”、“考核”环环相扣的教材总体布局，“问题意识”与“创新精神”贯穿全书。
全书共分八章，其中第1章和第2章为市场营销策划导论，概述了市场营销策划的含义、原则、分类、方法、流程与文案的撰写等；第3章和第4章为企业战略策划和市场细分与定位策划，介绍了企业制定营销战略的流程、企业使命与愿景、企业基本经营战略、市场机会分析、市场细分、目标市场选择与市场定位策划；第5章至第8章为场营销战术策划，阐述了产品策划、价格策划、促销策划和分销渠道策划。

为方便教学，本教材配有“‘自测考核系统’助学光盘”、《学生手册》和网络教学资源包。使用本教材的教师可登录东北财经大学出版社网站下载网络教学资源包中的“PPT电子教学课件”和《学生考核手册》。

《市场营销策划:理论、实务、案例、实训》可作为高职高专院校市场营销专业及相关专业的教材或参考书，也可供在职人员培训使用。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

张晓，硕士，副教授，高级营销师，高级营销师考评员，中国市场营销策划师，具有中国市场营销总监职业资格，日照职业技术学院市场营销专业带头人，教学名师，“ 市场营销策划与实务 ”国家级精品课程负责人，国家优秀实践教学团队带头人。
任中国建设银行日照分行、山东兖矿集团、伊利集团山东总代理、日照港务局、日照公路局、山东正坤营销策划公司等近百家企业特邀营销策划顾问、讲师团首席讲师。
从事市场营销策划教学与管理工作24年，以市场营销与策划专业的教学和研究见长：
具有较强的教改能力：创立了以营销策划职业能力为中心，以工作过程为导向的“ 1458 ”课改模式；采用职业岗位与工作过程有机对接，创造了融“ 教、学、做 ”于一体的“ Team ”教学方法，针对在饺学生、顶岗学生、校外学生、社会人员等四类人群创新设汁“ 大课堂 ”教学体系；建立了以体现营销策划职业能力为核心、营销职业素养为依托的嵌入式考核、权重考核、增量考核的课程考核标准和学习成果现场演示考核方法相结合的考核模式；从“ 十二五 ”起着手高职高专教育“ 多元整合型 ”专业课程教学改革新探索具有较强的科研能力：主持国家级课题3项，主持省级课题6项，族山东省教学成果二等奖1项，中国优秀实践教学成果奖一等奖l项；已在省级以上刊物发表营销专业文章30多篇，其中核心期刊12篇，国际学术论文3篇ISTP检索收录)；编著及主编教材8部具有丰富的营销实践经验：经常应邀参加企业界的营销服务咨询和培训，从1996年至今开发了一系列独具特色的企业营销策划课程，为企业取得了明显的经济效益，获日照市“ 五一劳动奖章 ”等18项奖励。

王丽丽，教授，河南经贸职业学院经济贸易系主任，河南省省级特色专业建设点负责人，省教育厅学术技术带头人，兼任河南省教育厅高等学校高职财经类教学指导委员会分会委员，河南商业高等专科学校客座教授。
从事市场营销策划、推销理论与实务、网络营销、商务能力等课程的教学与管理工作26年，擅长教学管理及专业开发、专业建设和专业创新，以市场营销专业、电子商务专业的教学和研究见长。
具有较强的教改能力：对新时期高等职业教育人才培养和专业建设有独特的见解和方法。
在人才培养模式上，提出学校、企业、学生互动的三位一体人才培养模式；对教学过程进行了改革探索，创立了“ 411 ”新型教学模式；从“ 十二五 ”起着手高职高专教育“ 多元整合型 ”专业课程教学改革新探索。
具有较强的科研能力，主持参与课题10余项，其中，河南省教育教学改革成果3项，河南省“ 十一五 ”规划教育专项课题1项，获河南省教学成果二等奖1项，获得河南省职业教育一等奖1项、三等奖1项，在省级以上刊物发表专业论文10多篇主编教材9部。
具有较强的专业建设能力：所负责的电子商务专业为省级特色专业建设点。
在特色专业建设过程中，广泛走访企业，开展人才需求调研：并在此基础上，提出了专业建设与发展的规划，通过自身发挥“ 传、帮、带 ”作用，组织教师参与多项课题、教材的研究和编写工作，推动专业建设的可持续发展。

第一图书网, tushu007.com

<<市场营销策划>>

书籍目录

第1章　市场营销策划概论
　学习目标
　引例　孔府家酒的二次崛起
　1.1　市场营销策划概述
　1.2　市场营销策划的原则
　1.3　市场营销策划的主要分类与方法
　本章概要
　单元训练
第2章　市场营销策划的基本流程
　学习目标
　引例　雅科卡：策划“野马”轿车
　2.1　市场营销策划的组织
　2.2　市场营销策划的程序
　2.3　市场营销策划文案的撰写
　本章概要
　单元训练
第3章　企业战略策划
　学习目标
　引例　全聚德集团的发展战略
　3.1　企业战略策划概述
　3.2　企业使命与愿景
　3.3　企业基本经营战略
　本章概要
　单元训练
第4章　市场细分与定位策划
　学习目标
　引例　“派克笔”重新定位获新生
　4.1　市场机会分析
　4.2　市场细分策划
　4.3　目标市场选择策划
　4.4　市场定位策划
　本章概要
　单元训练
第5章　产品策划
　学习目标
　引例　斯沃琪全塑电子手表的成功
　5.1　产品与产品组合策划
　5.2　品牌策划
　5.3　包装策划
　5.4　新产品开发
　本章概要
　单元训练
第6章　价格策划
　学习目标
　引例　2008，快餐价格回落到十年前

第一图书网, tushu007.com

6.1　制定价格策划
6.2　修订价格策划
6.3　变动价格策划
本章概要
单元训练
第7章　促销策划
学习目标
引例　小老板卖豆腐
7.1　广告策划
7.2　公共关系策划
7.3　营业推广策划
7.4　人员推销策划
本章概要
单元训练
第8章　分销渠道策划
学习目标
引例　柯达与富士的中国渠道之争
8.1　分销渠道策划概述
8.2　分销渠道策划
8.3　分销渠道管理策划
本章概要
单元训练
综合训练
附录一　职业核心能力强化训练“知识准备”参照范围
附录二　案例分析、职业核心能力和职业道德训练与考核参照规范
主要参考文献

第一图书网, tushu007.com

章节摘录

版权页：插图：A（action）-行动（或处理）。
对总结检查的结果进行处理，对成功的经验加以肯定，并予以标准化，或制定作业指导书，便于以后工作时遵循；对于失败的教训也要总结，以免重现。
对于没有解决的问题，应交给下-PDCA循环去解决。
八个步骤是：分析现状，发现问题；分析质量问题中的各种影响因素；分析影响质量问题的主要原因；针对主要原因，制定解决的措施；执行，按措施计划的要求去做；检查，把执行结果与要求达到的目标进行对比；标准化，把成功的经验总结出来，制定相应的标准；把没有解决或新出现的问题转入下一个PDCA循环中去解决。
（4）核心竞争力核心竞争力是指在一个组织内部经过整合了的知识和技能，尤其是关于怎样协调多种生产技能和整合不同技术的知识和技能。
形象地说，一家多元化经营的企业好比一棵大树，核心产品（即核心零部件）是树干，业务单位是树枝，树叶、花朵和果实则是顾客所需要的最终产品。
而支撑着所有这一切的正是企业内部能力的不同组合。
而核心竞争力实际上是隐含在核心产品里面的知识和技能或者它们的集合。
核心竞争力的特征表现在四个方面：首先，核心竞争力首先应该能为企业提供进入不同市场的潜力。
其次，核心竞争力对最终产品的顾客价值，贡献巨大。
再次，一个企业的核心竞争力应该是难以被竞争对手所模仿和复制的。
最后，核心竞争力是一种集合能力。
一般情况下，它是企业内部不同能力的集成组合，很少有企业的单一能力，能够成为该企业的核心竞争力。
它是企业各部门人员不断学习、获得知识、共享知识和运用知识而形成的整合知识和技能。
而恰恰是这一点，即核心竞争力的整合机制和相关环境条件，是难以模仿和复制的。
竞争力是企业持续竞争优势的源泉，然而它本身不会自动转化成竞争优势。
如果没有相应的机制和条件加以支持，核心竞争力将一无是处，毫无价值。
也正是基于这一点，如今核心竞争力的外延又拓展到企业的方方面面，包括各个职能系统，而不是像过去那样主要局限在研究开发和产品生产上。
培育和提升核心竞争力，并把它转换成竞争优势的机制，一般包括企业的组织结构和流程制度，而管理风格、企业文化和资源状况则构成了转换环境。
成功的企业往往能够完善这种转换机制和环境条件，从而实现以核心竞争力制胜。

第一图书网, tushu007.com

<<市场营销策划>>

编辑推荐

第一图书网, tushu007.com

<<市场营销策划>>

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