

<<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：9787802439962

10位ISBN编号：7802439965

出版时间：2012-6

出版时间：航空工业出版社

作者：曾萍，等编

页数：180

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>

<<市场营销策划>>

内容概要

《高职高专“十二五”规划教材·市场营销专业：市场营销策划》全面阐述了市场营销策划的主要内容，全书共分九个项目，包括市场营销策划概论、市场营销环境分析、市场调研策划、STP策划、企业形象策划、产品策划、价格策划、营销渠道策划和促销策划。

《高职高专“十二五”规划教材·市场营销专业：市场营销策划》条理清晰、结构新颖、实践性强，可作为高职高专院校市场营销专业及相关专业的教材，也可作为营销工作人员的培训参考书。

<<市场营销策划>>

书籍目录

项目一 市场营销策划概论案例导入 市场营销策划创造的奇迹——“超女”神话任务一 认识市场营销策划一、市场营销策划的特点二、市场营销策划的类型三、市场营销策划的作用任务二 了解市场营销策划的流程一、设定策划目标二、分析营销现状三、开展创意策划四、制定策划方案五、实施策划方案六、进行策划控制七、方案效果测评任务三 了解营销策划机构和人员素质要求一、营销策划机构二、营销策划人员素质要求知识拓展 市场营销策划误区一、求“轰动”二、求“新奇”三、求“炒作”经典案例 新东方英语杂志推广策划项目小结思考与练习实战演练项目二 营销环境分析案例导入 松下经营秘诀——“下雨就打伞”任务一 分析营销环境的构成因素一、宏观营销环境二、微观营销环境任务二 进行SWOT分析一、列举企业现状二、构造SOWT分析矩阵三、选择策略知识拓展 营销环境分析误区一、过度强调“重点因素”而忽视“一般因素”二、认为营销环境只能适应，不能改变三、对市场的理解错误四、注重定性分析，忽视定量分析经典案例 联想集团的营销环境分析项目小结思考与练习实战演练项目三 市场调研策划案例导入 “新可乐”调研任务一 了解市场调研的基础知识一、市场调研的对象二、市场调研的类型三、市场调研的内容任务二 设计市场调研策划的流程一、明确调研目的二、制定调研计划三、收集调研信息四、分析调研信息五、提交调研报告知识拓展 市场调研问卷一、问卷的基本结构二、问卷设计过程经典案例 跑腿业务北京市场需求调研策划方案项目小结思考与练习实战演练项目四 STP策划案例导入 如家快捷酒店的市场定位任务一 熟悉市场细分策划程序一、了解市场基本状况二、确定市场细分依据三、选定产品的市场范围四、列举潜在消费者的基本需求五、分析潜在消费者的基本需求六、排除潜在消费者的共同需求七、确定细分市场八、描述细分市场任务二 了解目标市场选择策划程序一、评估细分市场二、选择营销策略任务三 掌握市场定位策划程序一、研究目标消费者的需求特征二、研究竞争者的市场定位三、确定企业的市场定位四、选择市场定位策略五、传播企业的市场定位知识拓展 市场定位的依据经典案例 华素片的市场定位策划项目小结思考与练习实战演练项目五 企业形象策划案例导入 肯德基的企业形象任务一 了解企业形象策划一、企业形象策划的基本原则二、企业形象识别系统任务二 进行企业形象策划一、进行调研分析二、进行MIS策划三、进行BIS策划四、进行VIS策划五、导入CIS知识拓展 企业理念的表达方式一、企业精神二、企业价值观三、经营宗旨四、企业使命五、企业目标经典案例 星巴克的企业形象策划项目小结思考与练习实战演练项目六 产品策划案例导入 麦当劳的新产品开发策划任务一 认识产品策划一、产品策划的原则二、产品策划的基本流程任务二 了解新产品开发策划一、选择新产品开发策略二、进行新产品开发三、策划新产品上市任务三 了解新产品品牌命名策划一、品牌命名的方式二、品牌命名的原则三、品牌命名策划的基本流程知识拓展 产品的生命周期一、产品投入期二、产品成长期三、产品成熟期四、产品衰退期经典案例 盼盼法式小面包产品策划项目小结思考与练习实战演练项目七 价格策划案例导入 休布雷公司的巧妙定价任务一 了解价格策划一、价格策划的原则二、价格策划的基本流程任务二 了解价格策略一、新产品价格策略二、价格折扣策略三、心理价格策略四、差别价格策略五、地区价格策略六、产品组合价格策略任务三 了解价格调整策划一、明确背景条件二、预估分析各方反应三、确定调价范围和幅度四、选择调价时机与地点五、策划调价方式六、做好配合工作知识拓展 定价方法一、成本导向定价法二、需求导向定价法三、竞争导向定价法经典案例 一款中级轿车的定价方案项目小结思考与练习实战演练项目八 营销渠道策划案例导入 实体店PK网店任务一 了解营销渠道策划一、营销渠道的基本结构二、营销渠道策划的影响因素三、营销渠道策划的原则四、营销渠道策划的基本流程任务二 了解营销渠道策略与中间商选择一、营销渠道策略二、中间商的选择任务三 了解营销渠道管理一、督促与鼓励中间商二、评价中间商的销售绩效三、渠道窜货管理四、营销渠道的调整知识拓展 营销渠道新发展一、营销渠道新趋势二、营销渠道新理念经典案例 谭木匠的营销渠道策划项目小结思考与练习实战演练项目九 促销策划案例导入 “花式”促销任务一 了解促销策划一、促销方式二、促销组合三、促销策划的基本流程任务二 了解广告策划的基本流程一、调查与分析二、进行广告定位三、制定广告策略四、设计广告内容五、选择广告媒体六、编制广告预算七、评估广告效果任务三 了解营业推广策划一、营业推广的形式二、营业推广策划的基本流程任务四 了解公共关系策划一、公共关系的类型二、公共关系策划的基本流程知识拓展 人员推销一、人员推销的基本形式二、人员推销的步骤经典案例 康师傅方便面的广告策划项目小结思考与练习实战演练参考文献

<<市场营销策划>>

编辑推荐

《高职高专“十二五”规划教材·市场营销专业：市场营销策划》项目一介绍了市场营销策划的基础知识，培养读者对市场营销策划的感性认识，为以后的学习奠定基础；项目二介绍了营销环境分析，这是开展所有营销策划任务的前提；以后的各个项目详细介绍了各种营销策划的工作流程，并在流程讲解中穿插工作重点、适用策略与方法、注意事项等，使读者如临其境。

《高职高专“十二五”规划教材·市场营销专业：市场营销策划》各项目开头设有“学习目标”和“引子”，使读者能理清思路、把握重点，并以“案例导入”激发读者的学习兴趣，引出正文；文中设有“名词解释”、“小常识”、“典型实例”等内容，为读者释疑解惑，并增强本书的可读性；正文后附有“经典案例”和“知识拓展”，可使读者开拓眼界；项目结尾设有“项目小结”、“思考与练习”和“实战演练”，使读者读完后能检验学习效果并模拟实践。

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>