第一图书网, tushu007.com

<<商务策划基础>>

图书基本信息

书名：<<商务策划基础>>

13位ISBN编号：9787811226843

10位ISBN编号：7811226847

出版时间：2009-6

出版时间：东北财经大学出版社有限责任公司

作者：王彤宙 等编著

页数：212

字数：273000

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

前言

策划起源于中国，我国是策划的鼻祖。
春秋战国时期策划已十分兴盛，迄今已有几千年的历史。
在中国古代，策划主要用于军事和政治，而用于商务活动中应从中国改革开放算起。
商务策划是市场经济的产物，也是改革开放的产物。
今天的策划无处不在，各行各业都需要策划，从一定意义上来说，市场经济是策划的经济，没有策划就没有新产品、新市场，当然也就没有新作为。
近年来，中国策划空前提速，一个又一个创造市场奇迹的策划案此起彼伏，特别是以企业家牛根生为代表的蒙牛集团的几次大手笔策划，使全社会第一次真正感受到了策划对现代企业巨大的引擎和造富作用。
著名的未来学家托夫勒先生曾大胆放言：主宰21世纪商业命脉的将是策划，因为资本时代已经过去，策划时代已经来临！
如今，策划已不是“神秘莫测”的少数人的“独家秘笈”，更不是“点遍中国”而有行无市的边缘化职业。
纵观中国策划的历史，从未有过今天这样的大好局面：第一次大规模地走进人们的现实生活，第一次让资本神奇地增值，第一次使许多人把虚构变成现实。

内容概要

本教材系统阐述了商务策划的基础知识、基本原理，以及基本方法和技巧；所配案例简明易懂，有利于提高学生分析问题、解决问题，以及实战操作能力；拓展阅读可以使学生了解学科的发展趋势；附录介绍了商务策划发展历程、商务策划师资质认证标准，以及商务策划师认证考试试题类型和要求。本教材可以供高等院校商务策划管理、市场营销、电子商务、房地产、旅游会展、企业管理等相关专业教学使用，也可以供社会人士参加商务策划师资质认证学习参考。

作者简介

王彤宙，山西人，43岁，经济学博士，高级工程师（教授级），高级经济师，英国皇家特许建造师（CIOB）。
现任中国水利水电建设集团副总经理．中华全国青年联合会常务委员会委员。
出版《税务会计》（内蒙古大学出版社．1996）、《建设工程合同纠实务指南》（知识产权出版社．2002）、《建设工程法律法规选编》（中国建筑工业出版社，2008）等教材、专著4部，发表论文10余篇。
谭焕忠，辽宁人，45岁．经济学硕士，编审，图书出版策划人。
曾获大连市优秀图书编辑．辽宁省优秀图书编辑。
出版《企业经营决策》（大连理工大学出版社，1991）、《股市统计与分析》（农村读物出版社，1993）、《市场调查设计与操作》（内蒙古大学出版社．1995）、《房地产应用写作》（东北财经大学出版社，2002）、《经济数学》（经济科学出版社，2005）等教材、专著8部，发表论文30余篇，参加省级课题2项。
林波，内蒙古人，36岁．经济学学士，讲师。
先后从事过企业管理、图书编辑、教学管理等工作，多年来一直负责组织教材策划和编写。
出版《经济数学》（经济科学出版社，2005）、《管理学》（东北财经大学出版社，2009）等著作，发表论文10余篇。
姜新，辽宁人，28岁，工学学士，管理学硕士．讲师。
研究方向：广告传播、公关策划、市场营销。
出版《市场营销学实用教程》（东北财经大学出版社，2008）、《市场营销实训教程》（东北财经大学出版社．2009）、《市场营销学习题与案例》（东北财经大学出版社，2009）等多部著作．发表论文10余篇，获得师德建设、教学大奖赛等多项奖励。

书籍目录

第一章 商务策划导论 第一节 策划的产生 第二节 策划的起源和发展 第三节 商务策划的发展与沿革 第四节 商务策划的主要领域及专题 拓展阅读 商务策划与“第四项修炼”第二章 中国策划思想 第一节 中国谋略智慧 第二节 中国智慧经典 第三节 商战三十六计 拓展阅读 商务策划中的“老子”智慧 第三章 策划概论 第一节 策划的基本概念 第二节 策划的基本特征 第三节 策划的基本原则 第四节 策划的主要方法 拓展阅读策划进入方法论时代第四章 策划原理 第一节 策划的基本要素 第二节 策划的基本原理 第三节 策划的功能与商务作用 第四节 策划科学的形成 第五节 策划与咨询、策略、计划的关系 第六节 新经济时代对策划的要求 拓展阅读 当代策划的作用、特点及策划“热”的成因分析第五章 策划思维与模型 第一节 策划思维的特点 第二节 策划思维的结构 第三节 策划思维过程和常用方法 第四节 创新技法在策划过程中的应用 第五节 创新思维的典型方法 第六节 商务策划的思维模型 拓展阅读V形思维第六章 商务策划创意方法 第一节 创意的理论 第二节 创意的规律 第三节 创意方法的类型 第四节 商务策划的创意方法 拓展阅读碧桂园的成功第七章 商务策划的策略、技巧及程序 第一节 商务策划的类型 第二节 商务策划的策略 第三节 商务策划的技巧 第四节 商务策划的程序和步骤 拓展阅读 蒙牛超女营销第八章 策划书的写作 第一节 策划案的结构与类型 第二节 产品营销策划案 第三节 广告策划案 第四节 大型公关活动策划案 第五节 图书选题策划案 第六节 求职策划案 拓展阅读应届毕业生求职策划方案第九章 策划人的素养与技能 第一节 策划人的基本素养 第二节 策划人必备的基本知识和基本能力 第三节 策划人的“商能”培养 第四节 策划人的潜能开发 第五节 商务策划人才的培养 拓展阅读 中国策划正步入“三新时代” 附录 商务策划大事记 商务策划师资质认证标准（2005年版） 商务策划师资质认证业绩评价办法 初级商务策划师考试试题参考文献

章节摘录

插图：策划是产生行动方案的过程，这个方案也许只有一个，也许有多个。
可见，策划是决策的前奏，决策是对策划方案的选择和确定。
从这个意义上来说，策划是决策的一种方式。
从思维过程来看，策划就好比是建筑设计，而决策的过程就像是确定设计方案，决策的结果就是确定最终要建造什么样的大厦。
无论是设计、确定设计方案，还是建筑施工都需要一个过程，需要若干要素组成。
既然策划思维的过程相当于建筑设计的过程，那么它需要哪些要素呢？
这个问题就是策划思维结构问题。
一般情况下，人的思维受其经验、阅历、知识、习惯等因素的影响和支配，都有一个结构性的问题，其结构是否科学、有序直接影响思维能力。
人的创新能力之所以不同，本质上是人的思维结构不同。
我们知道，同样是由碳元素组成，因分子的结构不同，自然界产生了石墨和金刚石两种截然不同的物质。
策划思维是在一定的头脑状态下，思考和设计如何“做正确的事情和正确地做事”。
如何“做正确的事情”是看问题的角度，而如何“正确地做事”是做事情的程序，它们是认识论和方法论的高度统一，二者缺一不可。
所以，策划的思维结构是状态、角度、程序、统一等四个要素的组合。
一、状态状态即策划人的思维框架。
当策划人遇到新的问题时，首先把所要面对的问题分别进行“知己、知彼、目标”等三个方面的分析和概括，从中可以得出基本结论，有无必要和有无能力解决当前的问题。
1. 知己（自我）代表策划的主体，是策划人或决策者的主观条件。
2. 知彼（对象和环境）代表策划的客体，是策划人或决策者的客观条件。
3. 目标（要求）代表策划的企图和要达到的目的，是主客观条件共同作用的结果。

媒体关注与评论

凡事预则立，不预则废。
——《礼记·中庸》促进策划事业发展，切实搞好人才培养工作。
——李鹏这个世界本是一个大金矿，我们需要的是点金术——金点子。
市场竞争说到底就是点子的竞争，谁能策划出好点子，谁就能赢得市场获得财富。
——东方策划咨询中心策划本身就是一种创新，就是运用知识的一个过程，它的目的在于提高生产效率，从这个意义上讲，策划也是一种生产力。
不是每个成功的策划都有好的结果，但每个好的结果肯定都有一个好的策划。
——中国生产力学会策划专家委员会秘书长雷鸣雏主宰21世纪商业命脉的将是策划，因为资本时代已经过去，策划时代已经来临！ ——著名的未来学家托夫勒

编辑推荐

《商务策划基础》由东北财经大学出版社出版。

第一图书网, tushu007.com

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