

<<市场营销与策划>>

图书基本信息

书名：<<市场营销与策划>>

13位ISBN编号：9787811258769

10位ISBN编号：7811258765

出版时间：2011-09-01

出版时间：中国海洋大学出版社

作者：韩郁骞 编

页数：223

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>

## <<市场营销与策划>>

### 内容概要

《高职高专“十二五”规划教材·经济管理类：市场营销与策划》多层次、多角度、全方位地论述了市场营销策划，本书主要包括基础篇七个项目和实训篇十个项目的内容。

《高职高专“十二五”规划教材·经济管理类：市场营销与策划》在适度的基础知识与大量实训篇幅的覆盖下，注意了各部分知识的联系，重点突出，难度适中；注重理论与实践相统一，内容丰富，结构严谨，信息量大，操作性强。

同时，考虑到应用型院校的特点和学生的实际情况，对目前各个行业的策划方法及案例做了特别的改进，在保证必要的基本训练的基础上，适当增加了案例分析的篇幅，努力提高学生营销策划的实战技能，尽量改变学生只会理论不会实践操作的状况，是教学改革的一次尝试。

本书不仅适合作为高职院校营销专业及非营销专业的教学用书，也可作为营销策划人员的业务培训用书，还可作为商贸企业领导及各级经营管理人员的参阅读本。

## &lt;&lt;市场营销与策划&gt;&gt;

## 书籍目录

上篇 基础篇项目一 把握市场——认识营销任务一 了解营销的涵义一、市场营销的涵义二、市场营销的功能与作用任务二 把握正确的营销观念一、营销观念的演变二、营销观念的新发展任务三 悉各类营销经典理论一、商品供求理论二、商品价值实现理论三、竞争理论四、“社会人”理论课外思考项目二 注重事实——科学调查任务一 宏观环境分析与调查一、市场营销宏观环境定义二、市场营销宏观环境因素细分任务二 微观环境分析与调查一、市场营销微观环境定义二、市场营销微观环境分析与调查课外思考项目三 读懂“上帝”——目标分析任务一 消费行为分析一、消费者市场的主要特点二、消费者的购买行为模式三、影响消费者购买决策的主要因素任务二 市场细分一、市场细分概述二、市场细分的标准三、市场细分策略任务三 目标市场的选择一、认知目标市场二、目标市场策略三、影响目标市场选择的因素任务四 市场定位一、认知市场定位二、市场定位的步骤三、市场定位的原则四、市场定位策略课外思考项目四 武装自己——产品策略任务一 产品概述一、产品整体概念的涵义二、产品整体概念对企业营销活动的意义三、产品的分类任务二 产品策略一、产品生命周期原理二、品牌策略三、包装策略任务三 新产品开发策略一、开发新产品的意义二、新产品的概念三、新产品开发的程序课外思考项目五 渠道为王——渠道策略任务一 了解分销渠道一、分销渠道的涵义二、分销渠道的功能与作用三、分销渠道的类型四、中间商的类型任务二 掌握分销渠道的设计与选择一、影响分销渠道设计与选择的因素二、分销渠道的设计任务三 熟悉渠道管理一、渠道管理的内容二、窜货管理课外思考项目六 有效沟通——促销策略任务一 设计促销组合一、促销概述二、促销组合设计任务二 学会人员推销的技巧一、人员推销的特点二、人员推销步骤及技巧任务三 掌握营业推广策略一、营业推广的特点二、营业推广的方式三、营业推广策划的步骤四、营业推广的控制课外思考项目七 立体作战——整合营销任务一 了解整合营销一、整合营销的涵义二、整合营销与传统营销的区别与联系任务二 掌握整合营销一、整合营销的主题二、整合营销与企业相对竞争优势三、整合营销的理论框架分析四、我国企业开展整合营销的对策与措施课外思考下篇 实训篇项目八 营销策划的基本原理任务一 认识营销策划任务二 了解营销策划的基本内容一、营销策划的分类二、营销策划的特点任务三 熟悉营销策划的基本流程一、营销策划的原则二、营销策划的步骤任务四 掌握撰写策划方案的方法一、营销策划书的结构与内容二、营销策划书的写作技巧课外思考项目九 产品策划任务一 产品卖点策划一、产品卖点策划概述二、产品卖点的策划思路三、卖点策划模式任务二 产品名称策划一、产品名称的涵义二、品牌策划三、品牌策划人的“八项注意”任务三 产品价格策划一、价格策划的涵义二、价格策划的评价标准三、价格策划流程四、价格策划的基本策略与手段任务四 产品包装策划一、包装策划的涵义二、包装策划的重要性三、包装策划需要考虑的因素四、包装策划中的包装策略课外思考项目十 推广策划任务一 电视推广策划概论一、创意的作用……

<<市场营销与策划>>

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>