

<<营销策划原理与实务>>

图书基本信息

书名：<<营销策划原理与实务>>

13位ISBN编号：9787040280166

10位ISBN编号：7040280167

出版时间：2009-12

出版时间：高等教育出版社

作者：张爱邦，刘雪梅 编

页数：238

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>

## <<营销策划原理与实务>>

### 内容概要

《普通高等教育“十一五”国家级规划教材·营销策划原理与实务》共分13个章节，主要对营销策划原理与实务知识作了介绍，具体内容包括营销策划基础理论、营销策划的流程与方法、营销策划书的写作、营销策划调查、营销策划分析等。

该书可供各大专院校作为教材使用，也可供从事相关工作的人员作为参考用书使用。

## <<营销策划原理与实务>>

### 书籍目录

第一篇 营销策划基础理论第一章 营销策划的概念与原理第一节 营销策划的概念与分类第二节 营销策划的原理本章小结同步测试课后实训项目第二章 营销策划的流程与方法第一节 营销策划的流程第二节 营销策划的方法第三节 营销策划的创意方法本章小结同步测试课后实训项目第三章 营销策划书的写作第一节 营销策划书概述第二节 营销策划书的撰写第三节 营销策划书实例本章小结同步测试课后实训项目第二篇 营销策划基础工作第四章 营销策划调查第一节 企业营销策划中的市场调查第二节 企业营销策划中的内外沟通本章小结同步测试课后实训项目第五章 营销策划分析第一节 营销策划中的机会威胁分析第二节 营销策划中的优势劣势分析第三节 企业营销策划中的SWOT分析本章小结同步测试课后实训项目第三篇 营销要素策划第六章 企业形象策划第一节 企业CIS策划概述第二节 企业CIS策划的内容第三节 企业CIS策划的程序本章小结同步测试课后实训项目第七章 产品策划第一节 单一产品和产品组合策划第二节 新产品开发策划第三节 产品品牌策划本章小结同步测试课后实训项目第八章 价格策划第一节 价格策划概述第二节 价格制定策划第三节 价格变动策划本章小结同步测试课后实训项目第九章 渠道策划第一节 渠道模式策划第二节 渠道成员选择策划第三节 营销渠道管理策划本章小结同步测试课后实训项目第十章 营销广告策划第一节 广告策划的程序第二节 广告传播策划第三节 广告创意策划第四节 广告策划的效果测定本章小结同步测试课后实训项目第十一章 新闻策划第一节 企业新闻策划概述第二节 企业新闻策划的步骤与技巧第三节 企业新闻发布会策划本章小结同步测试课后实训项目第十二章 会展策划第一节 会展概述第二节 会展主题策划第三节 会展策划的内容与程序第四节 企业参展策划本章小结同步测试课后实训项目第十三章 危机处理策划第一节 企业危机概述第二节 企业危机处理的公关策划第三节 企业营销策划中的危机处理本章小结同步测试课后实训项目参考文献

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>