

<<营销策划>>

图书基本信息

书名：<<营销策划>>

13位ISBN编号：9787121095382

10位ISBN编号：7121095386

出版时间：2010-1

出版时间：电子工业出版社

作者：张昊民

页数：265

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>

## &lt;&lt;营销策划&gt;&gt;

## 前言

几乎每一个成功故事的背后，都有一个精心的策划。

起源于军事领域的策划，已渗透到当今社会的政治、经济、外交、文化等方方面面。

随着其理论上的不断完善和实战中的屡屡奇功，策划正以其巨大的能量和独特的魅力，为世人所崇尚和青睐。

虽然我们不敢轻言我们所处的时代是一个完全依赖策划的时代，但毫无疑问，策划在我们的日常生活中扮演着越来越重要的角色，策划已无处不在，无时不有。

伴随着经济全球化和一体化趋势的日益强劲，特别是我国加入WTO以来，我国的企业迎来了前所未有的良好发展机遇，但同样也必须面对更为严峻的全球竞争的挑战，不进则退的竞争游戏法则，容不得我们的企业有任何的懈怠和疏忽。

市场经济的激烈竞争使企业的营销策划成为时代的宠儿。

成功的企业需要成功的营销，成功的营销需要成功的营销策划，已成为现代企业发展壮大的普遍共识。

如何做好企业的营销策划工作？

理论上有没有基本的规律可以遵循？

现实的实战案例能给我们怎样的启示？

带着这样的疑问，本书站在当代营销策划发展的前沿，跟踪其发展动态，对当今营销策划理论体系进行了全方位的思考和创新，本着先夯实基础，再拓宽视野的宗旨，强化体系的新颖性、系统性和实用性，针对营销策划的过程，提出全新的营销策划理论体系架构。

本书主体分为两大部分：第1部分着重介绍策划和营销策划的基础知识（第1～3章）和策划书的写作及方案营销（第4～5章），为读者提供策划书写作的框架纲要和写作技巧指导。

第2部分着重介绍营销策划实务（第6～10章，即营销组合策划、营销定位策划、服务营销策划、企业形象策划和网络营销策划）。

各章节充分考虑到初学者和实战者的需要，首先简要讲解基础理论知识，接着着重介绍策划的基本流程和策略方法，并以实战训练与综合案例加以辅助。

## <<营销策划>>

### 内容概要

本书站在当代营销策划发展的前沿，对当今营销策划理论体系进行了全方位的思考和创新，针对营销策划的过程，提出了营销策划的理论体系新架构，从而使学生能比较系统和准确地把握营销策划的全过程，循序渐进地掌握实战技巧和方法。

本书特别注重实用性，每章设有学习目标、大量案例与评析、练习题、实训项目、经典案例赏析及生动的图表，使学生能够抓住重点，全面提高学生分析问题的能力。

本书既可作为大专院校本科及高职高专院校教材，也可作为营销策划培训用书，同时也是从业人员很好的自学读物。

<<营销策划>>

作者简介

张昊民，管理学教授，上海某知名企业咨询公司高级咨询、培训顾问，中国市场学会理事，长期从事市场营销策划及相关学科的教学和企业咨询工作，先后在《中外管理》、《经济日报》(理论周刊)等国内外重要学术刊物上发表论文100余篇，出版《现代连锁经营》等学术著作4部，9篇

## &lt;&lt;营销策划&gt;&gt;

## 书籍目录

第1章 策划概述 1.1 从“三分天下”看策划 1.2 为什么要进行策划 1.3 认识策划 1.4 策划的分类 1.5 策划的基本方法 1.6 走出策划误区 练习题 实训项目：策划与评价 经典案例赏析 大卫·奥格威与哈撒韦衬衫 第2章 营销策划的基础 2.1 营销策划概述 2.2 营销策划的基本程序 2.3 营销策划的基本原则 练习题 实训项目：营销策划的内容和程序 经典案例赏析 聪明的印度涂料商 第3章 营销策划的准备 3.1 营销策划问题的界定 3.2 收集信息 练习题 实训项目：信息收集 经典案例赏析 “野马”驰骋市场 附录A 问卷调查 第4章 营销策划创意与策划书 4.1 创意——营销策划之魂 4.2 营销策划书的框架设计 4.3 营销策划书的撰写 练习题 实训项目：营销策划创意 经典案例赏析 ××商场春节迎新策划 第5章 营销策划书的推销与实施 5.1 营销策划书的推销 5.2 营销策划书的实施 5.3 营销策划书实施效果测评与反馈 练习题 实训项目：策划书推销的技巧 经典案例赏析 勇敢地去敲门——译云翻译成功启示 第6章 营销组合策划 6.1 营销组合策划的概述 6.2 营销组合策划的策略 练习题 实训项目：价格策划 经典案例赏析 太太乐芝麻油的营销组合策划 第7章 营销定位策划 7.1 认识营销定位策划 7.2 营销定位策划的基本流程 7.3 营销定位策划的方法和策略 练习题 实训项目：市场细分与选择目标市场 经典案例赏析 铃木武士牌汽车的定位之路 第8章 服务营销策划 8.1 服务营销策划概述 8.2 服务营销策划的策略与方法 练习题 实训项目：服务营销策划的策略与方法 经典案例赏析 向星巴克学习优质服务 第9章 企业形象策划 9.1 企业形象策划概述 9.2 企业形象策划的策略与方法 练习题 实训项目：企业视觉识别 经典案例赏析 麦当劳——全面导入CI策划 第10章 网络营销策划 10.1 网络营销策划概述 10.2 网络营销策划的内容 10.3 网络营销策划的步骤 10.4 网络营销策划的策略 练习题 实训项目：网络营销策划 经典案例赏析 腾讯牵手361°，打造2008体育网络营销 参考文献

## &lt;&lt;营销策划&gt;&gt;

## 章节摘录

插图：《孙子兵法》中有“多算胜，少算不胜”。

《论语》中有“必也临事而惧，好谋而成者也”。

《新书·过秦论》中有“深谋远虑，行军用兵之道”。

《汉书》中有“运筹帷幄之中，决胜千里之外”。

”《后汉书·隗嚣传》中“是以功名终申，策画复得”，这里“画”同“划”。

《淮南子·要略》中“擘画人事之终始者也”，“擘画”即“策划”之意。

如此众多的精辟论说确立了策划在中国历史上的理论和实践地位。

那么究竟什么是策划呢？

关于策划的概念一直以来没有统一的看法。

我们在使用“策划”时，有时只是单纯指实施某一件事时，其独特的想法或特殊的构想，有时则指的是达成某一可实现成果的实施计划。

而各个学科的专家对策划也有不同的理解和不同的研究侧重点，其概念界定众说纷纭，可谓是“仁者见仁，智者见智”。

其有关表述如下：条条大路通罗马，但是最近的路只有一条，策划就是寻找这条路。

策划就是对某件事、某个项目有计划、有打算、用计谋，采取策略、谋划，综合实施运行。

策划是通过与生产、管理的紧密协调，对广告、营销、公关、新闻等的综合运用，从而使某件事、某个项目达到较好的效果。

策划是整合科学。

是通过全新的理念和思路，对生产力的各种要素、资源重新进行整合，使之产生1+1>2的效果，甚至产生原子裂变式的市场效应或者经济效益。

策划是全部生产力要素的综合，甚至是经济因素、政治因素、社会因素以及其他多种因素的综合。

日本《策划学》作者高桥认为：策划是为达成一定目的，而组合一些要素以实行计划，是效率、智慧综合的结晶。

台湾《企划案》作者郭太泽的观点：策划学自20世纪80年代风行于日本和东南亚，当时翻译为“企划”，企划与计划不同，企划近似于英文的“strategy”（战略）和“plan”（计划）加在一起表示的意思。

“战略”强调要有创意，“计划”则不一定有创意，可以只是做一个一般的计划。

郭太泽认为策划比计划要更广泛、更有技术，比计划高、更有战略。

我国《策划学》作者陈放认为：策划的核心是“出谋划策”。

即从现有的条件出发，根据已经掌握的资料，对未来可能发生的情况做出一定的假设和预期，并制定出一系列可行的或者是经过努力可以达到的目标，并且为实现这一目标而不断设计各种相关方案，并对这些方案进行比较、选择、修改、实施、反馈等一系列的过程。

## <<营销策划>>

### 编辑推荐

《营销策划(第2版)》：作为一门发展很快、思维非常活跃的学科，《营销策划(第2版)》第1版出版后获得广泛好评。

新版立足学科发展与实践最前沿，在保持原有特色的基础上，补充和修订了部分内容。

《营销策划(第2版)》的特色有：在注重吸收当代营销策划的最新理论及实践成果的基础上，努力加以创新。

对当今营销策划理论体系进行了全方面的思考，针对营销策划的过程，提出了营销策划的理论体系新架构。

在内容组织与编写风格上，特别注重体现实用性，既覆盖学科必要的知识点，又注重营销策划程序的讲解、实战与实景的描述和分析的特色。

生动的图表及大量穿插有序的案例与评析、实用链接、注意点、练习题、经典案例赏析不仅有利于培养学生分析问题与实际应用的能力，而且极其便于理解与记忆。

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>