

<<企业营销策划>>

图书基本信息

书名：<<企业营销策划>>

13位ISBN编号：9787300157504

10位ISBN编号：7300157505

出版时间：2012-6

出版时间：中国人民大学出版社

作者：叶万春 编

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>

<<企业营销策划>>

内容概要

《普通高等教育“十一五”国家级规划教材:企业营销策划（第3版）》作者为国内早期从事市场营销学专业相关课程教学的知名学者，并为多家企业提供营销相关咨询。紧密结合企业营销实践，以企业营销行为为经、以策划所涉及的各方面内容为纬，指导读者依据营销理论对企业营销活动进行前瞻性、可行性的设计和谋划。

<<企业营销策划>>

作者简介

叶万春，武汉理工大学教授，曾任中国高等院校市场学研究会常务理事。早年毕业于中南财经政法大学贸易经济专业，一直从事市场营销、工商管理等专业的教学和科研工作。在几十家大中型企业举办过讲座，并主持若干个重要科研课题。出版著作20余部，代表作有：《市场营销学》、《国际市场营销学》，《服务营销学》（十一五）、《企业营销策划》（十一五）、《企业营销战略诊断》等。发表有关市场营销方面的学术论文50余篇。

<<企业营销策划>>

书籍目录

第1篇 营销策划流程第1章 营销策划引论第1节 营销策划与营销策划业第2节 企业营销策划的原理与主题第2章 营销策划理念第1节 知识营销理念第2节 辩证营销理念第3节 可持续发展理念第3章 营销策划创意第1节 营销策划中创意的运用第2节 营销策划创意过程第3节 营销策划创意技巧第4章 营销策划造势第1节 营销策划的访问调查第2节 营销策划的宣传造势第3节 营销策划的企业渗透第5章 营销策划分析第1节 企业营销的机会与威胁分析第2节 企业营销的优势与劣势分析第3节 企业营销的SWOT综合分析第6章 营销策划作业第1节 营销策划组织第2节 营销策划程序第3节 营销策划文案第2篇 企业行为策划第7章 企业入市策划第1节 市场形势分析与判断第2节 企业入市的程序策划第3节 企业入市的战略战术策划第8章 产品推广策划第1节 产品品牌及营销质量策划第2节 产品推广的支撑系统策划第3节 产品推广中的合格认证策划第4节 产品推广的包装策划第5节 产品推广的商标策划第9章 品牌延伸策划第1节 品牌延伸的正负面效应第2节 品牌延伸策略实施策划第3节 副品牌与子品牌策划第10章 营销广告策划第1节 营销广告策划的程序第2节 营销广告的媒体策划第3节 营销广告的创意策划第4节 广告效果测定策划第11章 企业公共关系促销策划第1节 企业公共关系促销策划程序第2节 企业公关专题活动策划第3节 企业公关新闻和谈判策划第12章 营销国际化策划第1节 营销国际化背景与国际市场分析第2节 我国企业进入国际市场的条件分析第3节 企业进入国际市场的营销方式策划第4节 企业扩大国际市场份额策略的策划第3篇 营销管理策划第13章 企业形象策划第1节 企业整体形象的内容分析第2节 国际CIS潮与中国导入CIS形势分析第3节 企业导入CIS的模式及时机策划第4节 企业形象策划的程序第5节 企业整体形象战略的核心第14章 企业营销制度策划第1节 连锁制的原理及策划第2节 特许制的原理及策划第3节 代理制的原理及策划第15章 营销业态策划第1节 营销业态竞争的背景分析第2节 直复营销业态策划第3节 仓储式营销业态策划第4节 购物中心及超市策划第16章 企业扩张策划第1节 企业扩张战略策划第2节 企业的产品营销与资本运营综合策划第3节 企业资本运营的方式方法策划第17章 营销避险策划第1节 企业规避恶性价格竞争风险的策划第2节 企业货物运输保险策划第3节 企业利用期货避险策划附录 学生模拟策划案例案例1：梅江蓝水园推广策划案案例2：武汉地区大学生市场联想笔记本电脑营销策划书参考文献

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>