第一图书网, tushu007.com

<<营销与策划>>

图书基本信息

书名：<<营销与策划>>

13位ISBN编号：9787301098455

10位ISBN编号：7301098456

出版时间：2006-1

出版时间：北京大学出版社

作者：周景勤

页数：410

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

为了适应企业学习市场营销知识和进行营销培训的需要，特别是适应企业高级管理人员学习的需要，我们编写了这本《营销与策划》教程。
本书的特点是：　（1）将营销与策划相统一。
现在市场上流行的各种有关市场营销及其策划的书籍，无论是专著还是教材，大都是将市场营销和营销策划分开编写，各成体系。
　（2）为营销策划安排了一个逻辑结构和过程体系。
营销策划对具体的企业和项目而言是千差万别的，但存在着一个规律。
　（3）北京市经济管理干部学院长期以来致力于企业经营管理培训，遵循“从问题出发，从对象出发，从实际出发的”的方针，培训了数以万计的企业经营管理者，形成了自己的特色。
本教程运用老师们多年以来培训教学的经验，注重市场营销理论的实际运用，吸收了我国企业市场营销的新鲜特色，特别是最新的案例，具有信息量大、资料丰富的特点，力求尽可能地反映我国企业市场营销的最新经验，使其更加适合我国企业对市场营销和策划的要求。

<<营销与策划>>

书籍目录

第一讲 营销与策划引论 一 市场营销的定义与内涵 二 现代营销发展的新趋势 三 营销策划的地位和功能 四 营销策划的程序和方法 五 营销与策划的创新第二讲 顾客 一 谁是顾客 二 顾客需要与顾客满足 三 顾客购买过程 四 顾客购买与企业营销平衡 五 营销：培养忠诚的顾客第三讲 营销环境与机会 一 市场机会是什么 二 营销环境 三 市场细分与目标市场 四 机会：客观与主观的统一第四讲 营销渠道 一 什么是营销渠道 二 渠道的设计与开发 三 渠道的良性运用 四 渠道的评估第五讲 营销策略 一 产品营销策略 二 品牌营销 三 概念营销策略 五 价值营销策略 六 广告营销策略 七 国际营销策略 八 商业沟通第六讲 营销组织……第七讲 营销文化第八讲 内部营销第九讲 营销策划书的编写参考文献后记

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