第一图书网, tushu007.com

<<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：9787302136842

10位ISBN编号：730213684X

出版时间：2006-9

出版时间：清华大学出版社

作者：李世杰

页数：340

字数：476000

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

<<市场营销与策划>>

内容概要

本书根据高职教育的特点，对市场营销与策划的理论、技术、方法和策略进行了通俗易懂的阐述。
全书共分十四章，主要内容包括：市场营销策划概论、市场营销调研策划、市场营销环境分析、市场营销战略策划、市场定位策划、市场竞争策划、企业形象策划、顾客满意策划、产品策划、价格策划、分销策划、促销策划、市场营销创新策划、市场营销管理策划等，既全面反映了市场营销学的基本原理，又融入了市场营销策划的前沿观点、创新技巧和鲜活案例。
为了便于学生自学和教师讲授，每章都设有“教学目的和要求”、“关键词汇”、“教学重点和难点”、“知识结构图表”、“案例分析或点评”、“习题与思考题”、“模拟实训题”等内容。
本书可作为高职高专院校经济与管理类各专业的教材或参考书，也可作为企业营销管理人员的培训教材。

第一图书网, tushu007.com

<<市场营销与策划>>

书籍目录

第一章 市场营销策划概论 第一节 市场与市场营销 一、市场 二、市场营销核心概念 、市场营销观念 四、营销理念的历史演变：4P→4C→4R 第二节 市场营销策划 一、策划与市场营销策划 二、市场营销策划的特点 三、市场营销策划的内容体系 四、市场营销策划的原则 五、市场营销策划的步骤 六、市场营销策划的方法 七、市场营销策划书的撰写 本章小结 案例分析或点评 习题与思考题 模拟实训题 第二章 市场营销调研策划 第一节 市销信息系统 一、市场信息概念 二、市场信息的来源 三、市场营销信息系统 第二节 市场调研策划 一、市场调研的程序 二、市场调研的组织实施 三、分析资料与撰写调研报告 本章小结 案例分析或点评 习题与思考题 模拟实训题 第三章 市场营销环境分析 第一节 营销环境概述 一、市场营销环境的内涵和类型 二、市场营销环境的特点 第二节 市场营销的微观环境分析 一、企业内部 二、供应商 三、中间商 四、顾客 五、竞争者 六、公众 第三节 市场营销的宏观环境分析 一、人口环境 二、经济环境 三、自然环境 四、政治法律环境 五、科学技术环境 六、社会文化环境 第四节 SWOT分析 一、部环境分析（优势与劣势分析） 二、外部环境分析（机会与威胁分析） 本章小结 案例分析或点评 习题与思考题 模拟实训题 第四章 市场营销战略策划 第一节 市场营销战略概述 一、场营销战略的概念 二、市场营销战略的特点 三、市场营销战略的影响因素 第二节 市场营销战略策划 一、明确企业使命 二、确定市场营销战略目标 三、划分战略业务单位 、战略业务单位的评估 五、新业务战略策划 本章小结 案例分析或点评 习题与思考题 实训题 第五章 市场定位策划 第一节 市场细分 一、市场细分概述 二、市场细分的标准 三、市场细分的方法与步骤 第二节 目标市场选择策划 一、目标市场的含义 二、目标市场的评估 三、目标市场选择策划 第三节 市场定位策划 一、市场定位策划的实质 二、市场定位策划的步骤 三、市场定位策划的方法 本章小结 案例分析或点评 习题与思考题 实训题 第六章 市场竞争策划 第一节 竞争者分析 一、识别竞争者 二、了解竞争者的目标 三、研究竞争者的战略 四、评价竞争者的优势与劣势 五、估计竞争者的反应模式 六、选择竞争战略 第二节 市场竞争战略策划 一、企业可运用的基本竞争战略 二、企业的市场竞争地位与竞争策划 本章小结 案例分析或点评 习题与思考题 模拟实训题 第七章 企业形象划 第一节 企业形象策划的原则与程序 一、CIS的内涵与构成 二、CIS策划的基本原则 、CIS策划的程序 第二节 企业形象策划的调研 一、企业现状调查 二、企业形象调研 、企业现状分析 第三节 企业形象策划的开发与设计 一、理念识别策划 二、行为识别策划 三、视觉识别策划 本章小结 案例分析或点评 习题与思考题 模拟实训题 第八章 顾客满策划 第一节 顾客满意战略认知 一、对顾客满意（CS）的认识 二、评估顾客满意度 、衡量顾客忠诚度 第二节 顾客满意战略研究 一、顾客满意级度（CSM）分析 二、顾客满意指标（CSI）设计 第三节 顾客满意策划 一、顾客满意度的追踪方法 二、顾客满意的实施 本章小结 案例分析或点评 习题与思考题 模拟实训题 第九章 产品策划 第一节 单一产品 一、产品的整体概念 二、产品生命周期与营销策划 第二节 产品组合策划 一、产品组合的概念 二、产品组合策划 第三节 新产品开发策划 一、新产品的概念与类别 二、新产品开发的程序 三、新产品开发策略 第四节 品牌与包装策划 一、品牌、名牌和商标 二、品牌策划 三、包装的概念与作用 四、包装策划 本章小结 案例分析或点评 习题考题 模拟实训题 第十章 价格策划 第一节 制定价格的策划 一、定价目标策划 二、定境分析 三、定价方法策划 四、新产品定价策划 五、产品组合定价策划 第二节 修订价格的策划 一、地理定价策划 二、价格折扣与折让策划 三、心理定价策划 第三节 变动价格的策划 一、发动削价策划 二、发动提价策划 三、顾客对价格变动的反应 四、争对手对价格变动的反应 五、对竞争对手价格变动的反应 本章小结 案例分析或点评 习题思考题 模拟实训题 第十一章 分销策划 第一节 分销渠道结构策划 一、分销渠道的概念与特 二、分销渠道结构策划 三、中间商选择策划 四、分销渠道系统策划 第二节 分销渠道设计与管理策划 一、影响分销渠道设计的因素 二、分销渠道设计程序策划 三、分销渠道

第一图书网, tushu007.com

的管理与控制策划　第三节 直复营销策划　一、直销的概念和形式　二、直复营销策划　第四节 物流系统策划　一、物流系统的作业范围与成本策划　二、物流系统设计策划　本章小结　案例分析或点评　习题与思考题　模拟实训题　第十二章 促销策划　第一节 促销与促销组合策略　一、促销　二、促销组合　三、影响促销组合的因素　第二节 人员推销策划　一、人员推销的特点和形式　二、人员推销策划的步骤　三、人员推销的策略与技巧　第三节 广告策划　一、广告的定义和类型　二、广告策划的概念及特点　三、广告策划的运作过程　第四节 营业推广策划　一、营业推广的定义和类型　二、营业推广策划的概念及特点　三、营业推广策划步骤　第五节 公共关系策划　一、公共关系的概念　二、公共关系策划及作用　三、公共关系策划的程序　本章小结　案例分析或点评　习题与思考题　模拟实训题　第十三章 市场营销创新策划　第一节 文化营销策划　一、文化营销策划的内涵及功能　二、文化营销策划的层次　第二节 知识营销策划　一、知识营销策划的含义及特点　二、知识营销策划的内容　第三节 关系营销策划　一、关系营销策划的含义及特点　二、关系营销策划的原则与步骤　三、关系营销策划的内容　四、关系营销策划实现的主要途径　第四节 网络营销策划　一、网络营销策划的内涵和基础　二、网络营销层次策划　三、网络营销运作策划　本章小结　案例分析或点评　与思考题　模拟实训题　第十四章 市场营销管理策划　第一节 市场营销组织策划　一、市场营销组织设计　二、市场营销人员的管理　第二节 市场营销控制策划　一、年度计划控制策划　二、盈利能力控制策划　三、效率控制策划　四、战略控制和市场营销审计策划　本章小结　案分析或点评　复习与思考题　模拟实训题　参考文献

第一图书网, tushu007.com

<<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