第一图书网, tushu007.com

<<市场营销策划>>

图书基本信息

书名：<<市场营销策划>>

13位ISBN编号：9787302263357

10位ISBN编号：7302263353

出版时间：2011-8

出版时间：清华大学出版社

作者：徐汉文^袁玉玲 编

页数：179

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

内容概要

《市场营销策划》的编写力求以营销策划的基本工作过程为逻辑起点，以营销项目的策划为主线，运用市场营销的基本理论，并努力吸收和采纳最新研究成果，使其更具科学性和实用性。
《市场营销策划》立足于高职高专的教学需要，以培养学生营销策划的理念和操作能力为主旨。
通过《市场营销策划》的学习，学生能够熟练掌握并运用所学知识进行一般营销项目的策划。

由徐汉文等编著的《市场营销策划》共分7个项目，包括营销策划基础、营业推广策划、节日活动策划、产品广告策划、新品上市活动策划、公共关系主题活动策划、企业形象策划。
《市场营销策划》为高职高专市场营销专业的教材，但也可作为相关从业人员的案头读物。

《市场营销策划》封面贴有清华大学出版社防伪标签，无标签者不得销售。

第一图书网, tushu007.com

书籍目录

项目1　营销策划基础
学习任务1.1　营销策划认知
成果展示与分析
某品牌手机营销策划方案
知识储备
1.1.1　营销策划的含义
1.1.2　营销策划的原则
1.1.3　营销策划的构成要素
任务演练
分析某品牌手机营销策划方案的撰写流程
学习任务1.2　营销策划书撰写
成果展示与分析
TCL美之声无绳电话的实效推广
知识储备
1.2.1　策划书撰写流程
1.2.2　营销策划方案结构形式
1.2.3　营销策划方案撰写操作要领
任务演练
分析TCL美之声无绳电话营销推广策划方案的写作框架及写作思路与创意
重点概括
综合实训
课后思考
项目2　营业推广策划
学习任务2.1　营业推广策划概念及要求
成果展示与分析
节奏狂飙炫音魅影——百事可乐“炫音飞车”音乐活动策划（校园版）
知识储备
2.1.1　营业推广的概念、特点
2.1.2　营业推广策划要求
任务演练
认识营业推广及商家营业推广经营活动
学习任务2.2　营业推广策划流程及方案结构设计
成果展示与分析
轻怡可乐（百事可乐）促销方案
知识储备
2.2.1　营业推广策划流程
2.2.2　营业推广策划方案结构设计
2.2.3　营业推广策划操作要领
2.2.4　销售促进工具与方案设计
任务演练
描述营业推广策划方案结构、选择设计一项营业推形式
重点概括
综合实训
课后思考
项目3　节日活动策划

学习任务3.1　中外节日简介
成果展示与分析
两岸咖啡西餐厅石家庄分店圣诞节活动策划
知识储备
3.1.1　中国主要节日简介
3.1.2　国外主要节日
任务演练
分析中外节日特点与商家经营活动关系
学习任务32节日活动策划的原则及操作要领
成果展示与分析
东方购物中心周年庆活动策划方案
知识储备
3.2.1　节日活动策划的原则
3.2.2　节日活动策划方案结构形式
3.2.3　节日活动策划操作要领
任务演练
编制实体门店典型节日活动策划分析表
重点概括
综合实训
课后思考
项目4产品广告策划
学习任务4.1　产品广告策划概述
成果展示与分析
阿净嫂系列产品广告策划案例纪实
知识储备
4.1.1　产品广告策划的概念
4.1.2　产品广告策划的作用
4.1.3　“三段式”广告策划程序
4.1.4　产品广告策划的工作流程
任务演练
分析“阿净嫂系列产品广告策划”的创意流程
学习任务4.2产品广告策划书结构
成果展示与分析
乐华彩电的常规传播管理
知识储备
4.2.1　产品广告策划书撰写流程
4.2.2　产品广告策划书的基本内容
4.2.3　产品广告策划方案结构形式
4.2.4　产品广告策划操作要点
任务演练
分析“脑白金卡通(动画版)系列电视广告”策略
重点概括
综合实训
课后思考
项目5新品上市活动策划
学习任务5.1　新品上市活动策划概念认知
成果展示与分析

康师傅瓶装清凉饮品系列(柠檬茶、酸梅汤)的上市活动策划方案
知识储备
5.1.1　新品上市活动策划基本概念
5.1.2　新品上市活动策划运作过程1lO
任务演练
分析康师傅瓶装清凉饮品系列上市活动策划流程
学习任务5.2新品上市活动策划方案撰写
成果展示与分析
方太厨具公司黄金灶新品上市活动策划运作
知识储备
5.2.1　新品上市活动常见的终端推广形式及策略
5.2.2　新品上市活动策划流程
5.2.3　新品上市活动策划方案结构形式
任务演练
分析红纯红酒新产品上市策划方案
重点概括
综合实训
课后思考
项目6公共关系主题活动策划
学习任务6.1　公共关系策划认知
成果展示与分析
文化成就品牌——“红蜻蜓文化公关”
知识储备
6.1.1　公共关系策划含义及内容
6.1.2　公共关系模式
任务演练
分析“红蜻蜓文化公关”成功的原因T
学习任务6.2公共关系主题活动策划方案撰写
成果展示与分析
“老字号新辉煌”——全聚德135周年店庆大型活动公关案例
知识储备
6.2.1　公共关系主题活动概念及类型
6.2.2　公共关系主题活动类型介绍
6.2.3　公共关系主题活动策划的基本原则
6.2.4　公共关系主题活动策划时应考虑的因素
6.2.5　公共关系主题活动策划方案的结构形式
6.2.6　公共关系主题活动策划操作要点
任务演练
撰写“老字号　新辉煌”——全聚德135周年店庆大型活动公关案例评论稿
重点概括
综合实训
项目7企业形象策划
学习任务7.1　认识企业形象策划的内涵
成果展示与分析

麦当劳：CIS策划
知识储备
7.1.1　企业形象策划含义
7.1.2　企业形象系统构成
任务演练
学习任务7.2企业形象策划流程及方案撰写
成果展示与分析
海尔集团CIs策划
知识储备
7.2.1　CIS策划书撰写流程
7.2.2　CIS策划的基本原则
7.2.3　企业形象策划方案主要内容
任务演练
分析海尔标志3次演变的原因
重点概括
综合实训
课后思考
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