第一图书网, tushu007.com

<<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：9787302273547

10位ISBN编号：7302273545

出版时间：2012-3

出版时间：清华大学出版社

作者：庄贵军 编

页数：391

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

企业营销策划指根据企业的整体战略，通过对企业内部条件与外部环境的分析，精心构思、设计和组合营销因素，高效率地将产品或服务推向目标市场的操作程序。
作为一门课程，企业营销策划以培养学生实际的营销策划操作能力为主要目的。
《企业营销策划(第二版)》介绍企业营销策划的基本概念、程序和方法，内容包括市场调研与市场调研策划、企业营销环境分析、确定目标市场、营销组合策划以及一些主要的营销项目策划，如产品策划、品牌策划、价格策划、营销渠道策划、宣传与沟通策划和关系营销策划等。
本书在内容上，强调本土化、可操作性、整体的营销策划与项目策划相结合。
为此，在每一章的后面，都提供了适宜教学和学生自己练习的中国本土案例。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

庄贵军 博士，西安交通大学管理学院教授。
《管理科学学报》副主编。
曾在European Journal of Marketing,Industrial Marketing Management, Journal of Marketing Channels，Journal of International Business Studies，Journal of Business Ethics等国外刊物和《管理世界》、《管理科学学报》、《南开管理评论》、《营销科学学报》、《系统工程理论与实践》、《管理科学》等国内刊物发表论文多篇。
主持和在研国家自然科学基金项目四项。
2006年入选教育部“新世纪优秀人才支持计划”。

书籍目录

第一章　企业营销与策划
　第一节　企业营销与营销理念
　第二节　策划
　第三节　策划理念与策划方法
　第四节　中国的策划业
　本章小结
　思考题
　参考文献
　附录1管理学案例教学的要素和流程
　案例1．1“ 三鹿问题奶粉 ”事件
　案例1．2奥克斯空调的“ 米卢风暴 ”
第二章　企业营销策划及其程序
　第一节　企业营销策划
　第二节　营销策划人
　第三节　企业营销策划的程序
　第四节　企业营销策划书的内容与格式
　本章小结
　思考题
　参考文献
　附录2企业营销策划书正文的通用格式
　案例2．1圣象地板的品牌策划
　案例2．2策划文案是“ 熬 ”出来的
第三章　市场调研与市场调研策划
　第一节　营销信息与营销信息系统
　第二节　市场调研的内容与类型
　第三节　市场调研的程序
　第四节　市场调研策划
　本章小结
　思考题
　参考文献
　案例3．1新浪网“ 任你邮 ”用户调查
　案例3．2购物中心大额购买者与小额购买者的行为比较
第四章　企业营销环境分析
　第一节　企业营销的内部环境分析
　第二节　企业营销的外部环境分析
　第三节　企业营销的swot分析
　本章小结
　思考题
　参考文献
　案例4．1西安开米
　案例4．2贵州茅台
第五章　企业的营销战略策划
　第一节　企业的营销战略
　第二节　确定企业的营销目标
　第三节　市场细分

第四节　目标市场选择
第五节　定位战略
本章小结
思考题
参考文献
附录3聚类分析的原理
案例5．1商业银行个人理财业务的市场细分
案例5．2寻找中国饼干市场的缺口
案例5．3红旗轿车应该怎样定位?
第六章　企业的营销战术策划
第一节　营销因素
第二节　营销因素组合
第三节　企业营销组合的策划思路
本章小结
思考题
参考文献
附录4问题解决型营销组合策划的逻辑思路
案例6．1脑白金的定位与营销创新
案例6．2田七牙膏高端市场的营销组合策略
第七章　企业产品策划
第一节　产品的概念
第二节　产品的因素组合策划
第三节　新产品开发与推广策划
第四节　产品组合与相关的营销策划问题
第五节　服务的设计和营销策划
本章小结
思考题
参考文献
案例7．1光泰果树营养肥的市场开拓问题
案例7．2银行的排队问题
第八章　品牌策划
第一节　品牌的内涵与作用
第二节　品牌决策的内容与晶牌策划
第三节　品牌命名与设计
第四节　品牌扩展策划
本章小结
思考题
参考文献
案例8．1王麻子剪刀
案例8．2不该争的第二个标王
第九章　企业价格策划
第一节　价格构成
第二节　价格的基础与企业定价权
第三节　企业的定价目标
第四节　企业的定价方法
第五节　企业价格策划的程序
本章小结

思考题
参考文献
案例9．1高端白酒涨价
案例9．2宝洁降价的背后
第十章　企业营销渠道策划
第一节　营销渠道
第二节　企业的营销渠道管理
第三节　企业的渠道结构设计
第四节　企业的渠道治理策略
第五节　企业营销渠道策划的基本思路
本章小结
思考题
参考文献
案例10．1格力与国美的冲突与合作
案例10．2旭日为什么升起又落下
案例10．3海信广场的渠道功能重组
第十一章　企业宣传与沟通策划
第一节　企业的营销信息传播
第二节　企业营销信息的传播工具
第三节　企业整合营销传播策划
本章小结
思考题
参考文献
案例11．1玉兰油促销活动纪实
案例11．2钱山熊胆酒报纸广告文案策划
案例11．3关于巩俐广告事件的讨论
第十二章　企业形象策划
第一节　企业形象与企业识别系统
第二节　企业识别系统的导人
第三节　企业理念识别系统的策划
第四节　企业行为识别系统的策划
第五节　企业视觉识别系统的策划
本章小结
思考题
参考文献
案例12．1泰尔公司的形象策划
案例12．2太阳神：一个逝去的神话
第十三章　会展策划
第一节　会展的内涵与分类
第二节　会展策划的内容与程序
第三节　主题会展策划
第四节　企业参展策划
本章小结
思考题
参考文献
案例13．12003北京国际dv论坛招商细则
案例13．2橘子洲世界城市论坛暨世界城市公园主题策划

第十四章　关系营销策划
　第一节　关系营销的内涵与基本理论
　第二节　关系营销的动态组合
　第三节　企业的关系营销策划与实施
　本章小结
　思考题
　参考文献
　案例14．1企业实施crm的败因
　案例14．2zg电信针对龙泉宾馆的大客户营销
第十五章　企业营销策划的实施与监控
　第一节　企业的营销组织
　第二节　企业营销策划实施
　第三节　营销策划实施监控
　第四节　营销策划实施的绩效评估
　本章小结
　思考题
　参考文献
　案例15．1灵丹草为什么会败北?
　案例15．2xyz公司的营销诊断报告
第一版后记

章节摘录

编辑推荐

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