第一图书网, tushu007.com

<<营销策划>>

图书基本信息

书名：<<营销策划>>

13位ISBN编号：9787303084340

10位ISBN编号：7303084347

出版时间：2007-3

出版时间：北京师范大学出版社

作者：余颖　等编著

页数：329

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

本教材仍然从传统的营销理论出发来探讨营销策划的过程，但是，本教材与一般的营销管理教材存在明显的差异。
本教材并不侧重于向学生阐述理论，而是假定学生已经在前期的学习中基本掌握了现代营销理论。
本教材将重心放在应用上，侧重于阐述任何通过对营销管理理论的运用为现实中的商业企业开发出有效的营销策划方案。
换言之，如果说传统的教材偏重于理论阐述的话，本教材则偏重于应用和实战导向。
正因为如此，本教材也可以作为MBA学生以及企业营销部门专业人士的参考材料。
需要说明的是，作者研究生章华、田广平、高慧、杨治、王晓红为本书第10章的综合案例撰写了案例分析初稿，从而使得本书更具实战指导意义。
同时，在本书的案例分析等栏目中也引用了业内不少优秀文章，并且力尽所能地与作者进行了联系，一些未能取得联系的作者，请见书后速与我们联系，以便我们支付相应的报酬。
对这些优秀的作者，我们再次表示诚挚的谢意！

作者简介

余颖博士，上海交通大学安泰经济与管理学院副教授，主要研究方向为战略管理、营销管理，尤其在竞争战略领域有丰硕成果。
除主要为MBA学生讲授战略、营销类课程外，同时还兼任中国多家著名企业的咨询顾问，在管理咨询领域拥有良好的声誉。

伍青生博士，上海交通大学安泰经

书籍目录

第1章　营销策划概论　【本章结构图】　【本章学习目标】　【本章提要】 1.1　营销策划的含义　【案例1-1】符标榜：神舟电脑的价格策略将改变市场 1.2　营销策划在中国的发展　【案例1-2】久违了的第一条广告　【案例1-3】郑州亚细亚商战策划　【案例1-4】王老吉“定位” 1.3　营销策划的主要步骤　1.3.1 步骤一：环境分析阶段　1.3.2　步骤二：营销战略设计阶段　1.3.3　步骤三：营销策略设计阶段　1.3.4 步骤四：营销实施方案设计阶段 1.4营销策划在现代企业经营中的地位　【思考题】第2章　外部环境分析　【本章结构图】　【本章学习目标】　【本章提要】 2.1　宏观环境分析　2.1.1 政治与法律因素分析　【案例2-1】光明集团海外设厂规避贸易壁垒　2.1.2经济因素分析　【案例2-2】“液晶中国造”时代是否来临　2.1.3社会文化因素分析　【案例2-3】湖南老百姓：为价值让利而战　2.1.4　技术因素分析 2.2　行业结构分析　2.2.1 现有企业之间的竞争　2.2.2　与上游的讨价还价能力　2.2.3 与下游的讨价还价能力　2.2.4　替代品的威胁　2.2.5　潜在进入者的威胁　【案例2-4】五力模型分析的一个具体应用　2.3　消费者行为分析　2.3.1 文化因素　2.3.2　社会因素　2.3.3　个人因素　2.3.4　心理因素 2.4　竞争对手分析　【思考题】第3章　内部环境分析　【本章结构图】　【本章学习目标】　……第4章　营销策划过程中的STP分析框架第5章　营销策划：如何设计具体的产品策略第6章　营销策划：如何设计具体的价格策略第7章　营销策划：如何设计具体的渠道策略第8章　营销策划：如何设计具体的促销策略第9章　营销策划的实施第10章　营销策划案例研究参考文献后记

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