

<<营销策划>>

图书基本信息

书名：<<营销策划>>

13位ISBN编号：9787508481814

10位ISBN编号：750848181X

出版时间：2011-2

出版时间：中国水利水电出版社

作者：张翠英 编

页数：207

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>

<<营销策划>>

内容概要

《营销策划》共分为十个单元，具有五大特色。

《营销策划》的十个单元中，每个单元设定若干学习项目，各学习项目由不同学习任务组成，以任务为驱动，以项目组织教学内容，以单元总结学习成果。

《营销策划》中每个单元中用单元导读概括出本单元的主要内容，知识点和技能点分别提出学生学习本单元之后应具备的知识和能力，最后在每个单元后均附有单元小结、核心概念、实训设计、训练题和综合案例分析来帮助学习和理解课程内容。

《营销策划》集中体现了与职业资格对接、体系完整、内容实用、形式创新、案例丰富五大特色。

《营销策划》以市场营销理论为基础，以企业营销活动为逻辑顺序，同时吸纳了营销领域的发展动态和研究成果，力求突出教材的系统性、应用性和新颖性。

《营销策划》可作为高等院校市场营销专业及其他工商管理类专业学生的教材，也可以作为企业管理者和策划人员的参考用书，还可以作为国家营销师职业资格考试的技能考试的参考资料。

<<营销策划>>

书籍目录

前言 单元一 市场营销策划 项目一 认知营销策划 任务1 认识营销策划的概念 任务2 了解营销策划的内容 任务3 掌握营销策划的原则 项目二 掌握营销策划的程序和方法 任务1 掌握营销策划程序 任务2 运用营销策划的方法 单元小结 单元二 市场调研策划 项目一 认知市场调研策划 任务1 确定市场调研的类型 任务2 市场调研策划的程序 任务3 策划市场调研方案 项目二 市场调研的策划与实施 任务1 选择市场调研方法 任务2 调研问卷的策划 任务3 市场调研的实施 任务4 撰写调研报告 单元小结 单元三 撰写市场营销策划书 项目一 营销策划组织 任务1 营销策划组织的构建 任务2 营销策划人员的挑选 项目二 营销策划创意 任务1 认识营销策划创意 任务2 营销策划创意的产生过程 任务3 营销策划创意方法 项目三 营销策划方案的格式与内容 任务1 深入理解营销策划方案的作用 任务2 了解营销策划方案的结构和内容 项目四 营销策划方案的撰写与报告 任务1 掌握营销策划方案的撰写原则 任务2 营销策划书的撰写技巧 任务3 营销策划书的报告 单元小结 单元四 营销策划主题与环境分析 项目一 营销策划分析 任务1 认识营销策划分析 任务2 营销策划分析的内容 项目二 营销策划主题分析 任务1 界定问题 任务2 设定营销目标 任务3 确定策划主题 项目三 营销环境分析 任务1 宏观环境分析(pest分析) 任务2 行业结构分析(五力模型分析) 任务3 消费者行为分析 任务4 内部环境分析 任务5 swot分析 单元小结 单元五 市场营销战略策划 项目一 认知营销战略策划 任务1 认识市场营销战略 任务2 营销战略策划的内容和思路 项目二 市场营销战略策划 任务1 明确企业使命 任务2 确定市场营销战略目标 任务3 划分战略业务单位 任务4 新战略业务策划 单元小结 单元六 目标市场营销策划 项目一 市场细分 任务1 认识市场细分 任务2 进行市场细分 项目二 选择目标市场 任务1 认识目标市场 任务2 目标市场策略 任务三 市场定位策划 任务1 确定市场定位 任务2 市场定位的方法和程序 单元小结 单元七 产品策划 项目一 整体产品策划 任务1 了解产品策划 任务2 产品生命周期策划 任务3 产品服务策划 项目二 新产品上市推广策划 任务1 产品组合策划 任务2 新产品上市推广策划 项目三 产品品牌策划 任务1 品牌策划概述 任务2 品牌创建策划 项目四 产品包装策划 任务1 包装设计 任务2 包装策划 单元小结 单元八 价格策划 项目一 制定价格策划 任务1 了解价格策划基础 任务2 制定产品价格 项目二 修订价格策划 任务1 地理定价策划 任务2 折扣与折让定价策划 任务3 心理定价策划 任务4 差别定价策划 项目三 变动价格策划 任务1 主动提高价格 任务2 主动降低价格 任务3 对竞争者价格变动的反应 任务4 企业避让恶性价格竞争的策划 单元小结 单元九 渠道策划 项目一 渠道设计策划 任务1 理解渠道结构的内涵 任务2 评估影响渠道选择的各种因素 任务3 建立渠道模式 项目二 渠道管理策划 任务1 经销商政策管理 任务2 渠道终端管理 任务3 渠道客户管理 任务4 渠道流程管理 项目三 渠道变革策划 任务1 渠道变革策划的程序 任务2 改革渠道模式 任务3 渠道成员调整 任务4 化解渠道冲突 单元小结 单元十 促销策划 项目一 广告策划 任务1 确定广告目标 任务2 确定广告预算 任务3 广告信息与媒体选择 任务4 评价广告促销效果 项目二 人员推销策划 任务1 确定人员推销工作内容 任务2 策划人员推销方案 项目三 公共关系策划 任务1 确定公关促销目标 任务2 选择公关促销工具 任务3 编写公关促销方案 项目四 营业推广策划 任务1 确定营业推广目标 任务2 选择营业推广工具 任务3 制定营业推广方案 任务4 营业推广的组织实施与评估 单元小结 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>