第一图书网, tushu007.com

# <<21世纪全国高职高专财经管理系>>

## 图书基本信息

书名：<<21世纪全国高职高专财经管理系列实用规划教材>>

13位ISBN编号：9787811175417

10位ISBN编号：781117541X

出版时间：2008-8

出版时间：中国农业大学出版社

作者：方志坚　主编

页数：240

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

## 前言

随着我国改革开放的持续深化，社会主义市场经济对高等职业技能型人才的需求迅猛增加。
2002年，随着《国务院关于大力推进职业教育改革与发展的决定》（国发[2002］16号）的颁布，揭开了我国高等职业教育发展的新篇章。
为贯彻落实《国务院关于大力发展职业教育的决定》，“十一五”期间，教育部、财政部决定实施国家示范性高等职业院校建设计划，通过重点建设100所国家示范性高职院校，带动全国高职院校深化改革，提升高等职业教育的整体水平。
国家启动示范性高等职业院校建设计划，标志着我国高等职业教育进入了一个追求内涵发展的新的历史阶段，这是科学发展观在我国高等教育领域的具体体现，对促进我国高等职业教育更好更快地发展具有巨大的战略意义。
财经管理类专业是我国高职高专教育极其重要的组成部分。
2005年，全国高职高专院校在校生427万，其中财经管理类专业在校生超过80万，占18．8%。
高职高专财经管理类专业主要着眼于培养社会主义市场经济发展所需要的德智体全面发展的高素质专门人才，要求具有较强的职业技能和较好的创新精神以及实践能力。
在当前开拓新型工业化道路，推进全面小康社会建设的新时期，进一步加强经济管理人才的培养，注重经济理论的系统化学习，特别是现代经济管理理论的学习，提高学生的专业理论素质和应用实践能力，培养出一大批高水平、高素质的经济管理人才，越来越成为提升我国经济竞争力、保证国民经济持续健康发展的重要前提。
这就要求高职高专财经管理类职业教育要更加注重依据国内外社会经济条件的变化适时变革和调整教育目标和教学内容；要求财经管理学科专业更加注重应用、注重实践、注重规范、注重国际交流；要求财经管理学科专业与其他学科专业相互交融与协调发展；要求财经管理类职业教育培养的人才具有更加丰富的社会知识和较强的人文素质及创新精神。
要完成上述任务，高职高专院校需要进行深入的教学改革和创新。
特别是要搞好有较高质量的教材的编写和创新。
出版社的领导和编辑通过对国内高职高专院校财经管理学科教材使用情况的调研，在与各院校的专家学者讨论的基础上，决定组织编写和出版《21世纪全国高职高专财经管理系列实用规划教材》，这是一项有利于促进高职高专院校教学改革发展的重要措施。

## 内容概要

本书主要内容包括认识营销策划、市场营销调研策划、战略性市场营销策划、企业形象（CIS）策划、产品上市推广及品牌策划、促销策划。
本书以项目制、团队化和实战性的教学组织形式及方法，突出对学生实战能力的训练和培养，各项目单元都配有具有针对性的操作实务和具体策划文案实例。
　本书可作为高等职业学校管理类专业的教学用书或实训教学专用指导书，也可作为相关专业的教学用书和在职营销人员的培训用书。

## 书籍目录

项目一 认识营销策划 1.1 案例导入 1.2 实务知识 1.2.1 策划与营销策划 1.2.2 营销策划的构成要素和原则 1.2.3 营销策划的方法 1.2.4 市场营销策划的操作程序 1.2.5 营销策划方案的撰写 1.3 知识拓展 1.3.1 营销策划人员的素质与能力要求 1.3.2 营销策划三要点 1.4 实战能力训练项目二 市场营销调研策划 2.1 案例导入 2.2 实务知识 2.2.1 市场调研的内容、形式及流程 2.2.2 市场调研策划文案的格式内容 2.2.3 市场调研报告撰写 2.3 参考案例 2.4 知识拓展 2.4.1 明确问题与确定调研目标 2.4.2 制订计划 2.4.3 收集信息 2.4.4 分析信息 2.4.5 提交报告 2.5 实战能力训练项目三 战略性市场营销策划 3.1 案例导入 3.2 实务知识 3.2.1 战略性营销策划的过程 3.2.2 战略性营销策划的内容 3.2.3 战略性营销策划书的编制 3.3 参考案例 3.4 知识拓展 3.5 实战能力训练项目四 企业形象（CIS）策划 4.1 案例导入 4.2 实务知识 4.2.1 企业形象策划的程序与基本原则 4.2.2 企业形象策划的调研及方案 4.2.3 企业形象策划的开发与设计 4.3 参考案例 4.4 知识拓展 4.5 实战能力训练项目五 产品上市推广及品牌策划 5.1 案例导入 5.2 实务知识 5.2.1 产品上市推广策划 5.2.2 品牌策划 5.3 参考案例 5.4 知识拓展 5.5 实战能力训练项目六 促销策划 6.1 案例导入 6.2 实务知识 6.2.1 促销策划的原则及重点 6.2.2 广告策划 6.2.3 营业推广及商演活动策划 6.2.4 营销公关策划 6.2.5 促销组合策划 6.3 参考案例 6.4 知识拓展 6.5 实战能力训练参考文献

## 章节摘录

公司投资计划中二、三期投资金额分别为4000万元、3000万元。
利用这部分资金，将动物世界建设成为集野生动物展示、科学研究与餐饮、休闲娱乐于一体的大型综合性主题公园。
1．核心产品开发　　目前，园区内有263个品种，5000多头（只）野生动物。
但是园区内地域广大，动物过于分散。
在二、三期投资中利用一部分资金增加现有的动物数量，同时做好园内现有动物的繁殖培育工作。
在新品种引进方面，要针对目标市场需求及园内自然环境的特点引进既能吸引顾客，又能在园区内生长繁殖的新物种（如鳄鱼、白虎、白狮、大象等）。
利用园区内的水资源，开发水中动物和两栖动物项目。
目前，青岛地区没有饲养鳄鱼的前例，园内引进鳄鱼，建立鳄鱼馆，借助媒体宣传，能够激活目标市场的潜在要求。
鳄鱼是一种生态价值、科学价值和经济价值都很高的野生动物。
鳄鱼善游水，在水中的时间甚至等于在岸上的时间，因此饲养场所可选择环境清幽的池塘或湖沼，因为要考虑成年鳄鱼产蛋场所，故陆地面积要大。
水塘的深度幼鳄只需30～50厘米即可，中年鳄鱼50～120厘米深，老年鳄则需120～150厘米，以满足水中交配的需要，陆地最好铺设草木，既可防止挫伤鳄鱼，又可降温。
鳄鱼寿命一般长达70～80岁，多的可达100多岁，雌鳄长到12岁时性成熟，开始生儿育女，至40岁左右，停止生育。
鳄鱼每次产卵20～40枚，孵化期为60多天。
鳄鱼是冷血动物，生长在亚热带、热带气候地区，青岛地区气候相对偏冷，因，此在气温低时应在室内饲养，室内应设小池，以保持鳄鱼体内的水分，温度应保持在18～20度。
鳄鱼是肉食类动物，以鱼类、鸟类、家禽和家畜为食，每年12月中下旬至下一年2～3月份是鳄鱼的冬眠期，此期间可不投喂食物。
夏天必须注意防暑，尤其是幼鳄，必须采取一些降温措施。
全世界现有鳄鱼23种，美国的密西西比鳄、亚洲的湾鳄和伊里安鳄、非洲的尼罗鳄，以及南美的凯门鳄，易于养殖，生长速度快，目前我国的鳄鱼养殖主要集中在广东省、海南省、安徽省，可以从上述三个地区引进，另外可以对鳄鱼进行驯养，增加鳄鱼表演吸引游客。
2．外延产品开发　　园区内山林资源丰富，在二期投资建设中，应加大园内绿地的覆盖率，在山上栽种常绿植物，使园内四季常青。
另外，还应引进一些珍奇植物，在山区中开设珍奇植物馆，植物馆要有一定的规模。
在山区铺设石路，山顶设观光亭，丰富游园内容。
园区内的卧佛崖，山势奇特，坡度适中，可在此处设立攀岩项目，根据园区的山势情况，选择一高而陡峭处，进行开发改造并在底部建造一人工湖泊，湖泊应与周围环境融为一体，这样可以开展高山蹦极项目。
攀岩与蹦极的设立能够迎合一部分喜欢探险的游客，激活潜在市场。

## 编辑推荐

《21世纪全国高职高专财经管理系列实用教材：营销策划技术》可作为高等职业学校管理类专业的教学用书或实训教学专用指导书，也可作为相关专业的教学用书和在职营销人员的培训用书。
针对性强，切合职业教育目标，重点培养职业能力，侧重技能传授，科学实用，面向应用型人才的就业，具备大量当前实用案例分析研究，注重培养学生的实践能力，内容新颖，借鉴国内外最新的教材，融会当前最新的理论，遵循最新发布的务项准则、规范，系列完整，把握财经管理专业相关学科、课程之间的关系，整个系列体系严密完整，方便教学，网上提供完备的电子教案、习题参考答案等教学资源，适合教学需要。

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