

《实效营销策划》

图书基本信息

书名：《实效营销策划》

13位ISBN编号：9787542916846

10位ISBN编号：754291684X

出版时间：2006-8

出版社：立信会计出版社

作者：谢忠秋高杰

页数：232

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《实效营销策划》

内容概要

是一本注重营销策划理论与实践相结合的教材。书中除了对营销策划的基本方法进行深入讲解以外还加入了大量关于策划具体问题的分析，很多资料来源于作者的实践工作经验，因而对企业的策划人具有非常重要的参考价值。

本书共9章，具体内容有，营销策划基本问题；营销策划基础；市场竞争战略策划；市场营销管理策划；产品策划；价格策划；分销渠道策划；销售促进策划；营销战略策划流程与策划效果评估。

《实效营销策划》

作者简介

谢忠秋，男，1964年生。1985年毕业于杭州商学院计划统计专业，获学士学位，现为江苏技术师范学院经济管理学院院长，教授。研究方向为统计学基础理论与应用。在《统计研究》、《财贸研究》、《统计与决策》等学术期刊上发表学术论文近30篇，并主持国家统计局、省教育厅社科课

《实效营销策划》

书籍目录

导论第一章 营销策划基本问题 第一节 营销策划相关问题分析 第二节 营销策划的一般方法 第三节 如何整理策划方案第二章 营销策划基础 第一节 市场细分是制定营销策划方案的基础 第二节 目标市场选择与营销战略确定 第三节 市场调研是营销策划的前提 案例分析 天香楼酒家市场调研问卷第三章 市场竞争战略策划 第一节 竞争优势与竞争压力 第二节 市场竞争策划基础 第三节 竞争策划的一般问题 案例分析 百事可乐广告的侧翼进攻战略第四章 市场营销管理策划 第一节 市场营销组织策划 第二节 市场营销部工作流程策划 第三节 市场营销执行策划 第四节 市场营销控制策划 案例分析 德国“奔驰”以整体产品满足顾客第五章 产品策划 第一节 新产品策划 第二节 产品组合策划 第三节 产品品牌策划 案例分析 雷夫隆公司的产品概念第六章 价格策划 第一节 价格策划概述 第二节 定价方法策划 第三节 变动价格策划 第四节 价格策划中的风险防范 案例分析 以“价”取胜的日本丰田公司第七章 分销渠道策划 第一节 分销渠道网络设计策划 第二节 分销渠道管理策划 第三节 分销渠道中的实体分配策划 案例分析 中小企业专用的“渠道倒立法”第八章 销售促进策划 第一节 销售促进策划概述 第二节 对消费者销售促进的策划 第三节 对中间商销售促进的策划 第四节 促销策划的常见问题分析 案例分析 “野马”是如何跑赢市场的?第九章 营销战略策划流程与策划效果评估 第一节 营销战略策划流程分析 第二节 战略规划制定过程与效果评估参考文献

《实效营销策划》

编辑推荐

一本注重营销策划理论与实践相结合的教材。书中除了对营销策划的基本方法进行深入讲解以外还加入了大量关于策划具体问题的分析，很多资料来源于作者的实践工作经验，因而对企业的策划人具有非常重要的参考价值。《经济管理类应用型本科系列教材：实效营销策划》共9章，具体内容有，营销策划基本问题；营销策划基础；市场竞争战略策划；市场营销管理策划；产品策划；价格策划；分销渠道策划；销售促进策划；营销战略策划流程与策划效果评估。

《实效营销策划》

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:www.tushu111.com