

《营销策划》

图书基本信息

书名：《营销策划》

13位ISBN编号：9787810539241

10位ISBN编号：7810539248

出版时间：2005-7

出版社：湖南大学出版社

作者：李乐群

页数：288

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

《营销策划》

内容概要

针对高职高专学生的特点和今后就业的需要，本着理论知识“必须够用”的原则，本书扼要介绍了营销策划的基本理论，基本知识，重点通过案例分析和实训练习培养学生的营销实践能力和创新能力，提高学生整体素质和综合职业能力。

本书体例新颖、案例鲜活、内容翔实，不但适于高职院校学生选用，本科院校学生及营销行业的从业人员也可从中得到不少启迪。

《营销策划》

书籍目录

第1章 市场营销策划导论 第一节 市场营销学简要知识 第二节 策划与市场营销策划 第三节 市场营销策划前期工作第2章 市场营销战略策划 第一节 市场营销战略策划概述 第二节 目标市场战略策划 第三节 竞争战略策划第3章 产品策划 第一节 产品策划概述 第二节 新产品开发策划 第三节 老产品调整策划 第四节 产品组合策划 第五节 产品生命周期与营销策划 第六节 品牌与包装策划第4章 价格策划 第一节 价格策划概述 第二节 影响产品定价的因素 第三节 定价方法 第四节 价格修订策划 第五节 价格调整策划第5章 渠道策划 第一节 营销渠道策划概述 第二节 营销渠道设计策划 第三节 渠道建设与管理策划 第四节 渠道终端的策略与技巧第6章 广告策划 第一节 广告策划概论 第二节 广告策划核心策略及操作 第三节 广告创意的主要形态 第四节 主要广告媒体特点及类型第7章 人员推广策划 第一节 人员推广概述 第二节 人员推广方案的制订 第三节 人员推广的技巧第8章 销售促进策划 第一节 销售促进策划概论 第二节 销售促进策划的工作流程与决策 第三节 销售促进的主要形式及技巧第9章 公共关系策划 第一节 公共关系策划概述 第二节 公共关系策划的主要手法及操作 第三节 公共关系传播策划 第四节 危机公关策划第10章 整合营销策划 第一节 整合营销策划的概述 第二节 整合营销方案的制订 第三节 整合营销策划的手段与技巧第11章 营销策划书的撰写 第一节 营销策划书概述 第二节 营销策划书的结构 第三节 营销策划书的内容 第四节 营销策划书撰写技巧附录参考文献

精彩短评

1、我对于文章的案例比较喜欢。

《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