

# 《企业营销策划》

## 图书基本信息

书名：《企业营销策划》

13位ISBN编号：9787300051338

10位ISBN编号：7300051332

出版时间：2004-1

出版社：叶万春 中国人民大学出版社 (2004-01出版)

作者：叶万春 编

页数：510

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.tushu000.com](http://www.tushu000.com)

# 《企业营销策划》

## 内容概要

本书以企业营销行为为经，以策划所涉及的方方面面为纬，构织其基本体例；在内容上则拓宽视野，吸收经济学、逻辑学、管理学、行为学、设计学、美学等相关学科的精粹，把企业营销行为所触及的方方面面尽纳其中。古人云：授人以鱼，不如授人以渔。本书在给广大读者献上众多的“鱼”的基础上，还要帮助后学者掌握捕鱼的方法，即学会经营企业的正确思路和方法。

本书结构清晰可辨。全书18章分作两大部分，前6章为营销策划的基本理论部分，后12章则为实际操作指导。

前6章按营销策划的程序依次为营销策划引论、营销策划理念、营销策划创意、营销策划造势、营销策划分析、营销策划作业等，较全面地概述了营销策划的有关理论。

后12章循着企业营销行为展开，依次围绕企业入市、产品推广、企业扩张、企业形象、物流能力、企业融资、营销制度、营销业态、营销广告、企业公关、营销避险、营销国际化等内容进行策划行为指导。

## 书籍目录

- 第一章 营销策划引论 第一节
- 营销策划与营销策划业 第二节
- 企业行为市场化与营销策划 第三节
- 企业营销策划的原理与主题 案例 蒲剑计划——武汉汉德公司纸制品市场拓展策划方案第二章 营销策划理论 第一节
- 知识营销理念 第二节
- 辩证营销理念 第三节
- 可持续发展理念 案例 包装和思维都要换——中联阿归养血糖浆营销策划第三章 营销策划创意 第一节
- 营销策划中创意的运用 第二节
- 营销策划创意过程 第三节
- 营销策划创意技巧 案例 新楼梦——爱舍尔花园“换概念”销售策划第四章 营销策划造势 第一节
- 营销策划的访问调查 第二节
- 营销策划的宣传造势 第三节
- 营销策划的企业渗透 案例 乐华营销造势三招第五章 营销策划分析 第一节
- 企业营销的机会威胁分析 第二节
- 企业营销的优势劣势分析 第三节
- 企业营销的SWOT综合分析 案例 百年茂记，重焕青春——茂记皮鞋市场推广策划第六章 营销策划作业 第一节
- 营销策划组织 第二节
- 营销策划程序 第三节
- 营销策划文案 案例 黎世纸制品公司新产品上市营销策划案第七章 企业入市策划 第一节
- 市场形势的分析与判断 第二节
- 企业入市的程序策划 第三节
- 企业入市的战略战术策划 案例 “金眠露”进入市场策划文案第八章 产品推广策划第九章 企业扩张策划第十章 企业形象策划第十一章 物流能力策划第十二章 企业融资策划第十三章 企业营销制度策划第十四章 营销业态策划第十五章 营销广告策划第十六章 企业公共关系促销策划第十七章 营销避险策划第十八章 营销国际化策划参考文献

# 《企业营销策划》

## 媒体关注与评论

书评“企业营销策划”课程并非无源之水、无本之木，它是市场营销学系列的一株新苗。基于我国社会主义市场经济体制的确立和买方市场的初步形成，我国对市场营销专业的人才需求越来越迫切，需求量也越来越大，因而发展市场营销专业及相关的工商管理、企业管理、产业经济、技术经济等专业是时代的要求。这些专业的发展亟待大力拓宽专业人员的知识面，启迪他们的智力，培养他们的决策运筹能力和实战能力，本书正是在这样的背景下应运而生的。

# 《企业营销策划》

## 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.tushu000.com](http://www.tushu000.com)