

《营销策划理论与实务》

图书基本信息

书名：《营销策划理论与实务》

13位ISBN编号：9787302310662

10位ISBN编号：7302310661

出版时间：2013-1

出版社：黄聚河 清华大学出版社 (2013-01出版)

作者：黄聚河 编

页数：387

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

《营销策划理论与实务》

内容概要

《营销策划理论与实务》

作者简介

黄聚河，天津商业大学市场营销系系主任，教授，营销领域知名学者，中国高校市场学研究会理事，天津市场营销学会常务理事、学会专家，天津市品牌学会常务理事、学会专家，天津市商务委员会特聘专家。主要从事市场营销理论与应用实务的教学和研究工作。主讲“市场营销学”、“营销策划”、“消费者行为研究”等课程。曾为天津第六中药厂、内蒙草原兴发集团等几十家企业主持过营销项目策划、诊断和咨询工作。出版《市场营销学》、《营销策划操作实务》等6部著作，发表学术论文《论如何成功实施教育促销》等50余篇。

《营销策划理论与实务》

书籍目录

第1章市场营销策划导论 开篇案例如何打开白酒市场 1.1为什么学习营销策划 1.2市场营销策划概述 1.3营销创意思维方法 1.4怎样做好营销策划 1.5市场营销策划的种类 1.6市场营销策划的步骤与程序 1.7市场营销策划书的撰写 复习思考题 案例讨论他们为什么营销失败 第2章市场营销调研策划 开篇案例可口可乐，跌入调研陷阱 2.1市场营销调研策划书 2.2市场营销调研的内容和方法选择 2.3市场营销调研经费的预算 2.4市场营销调研报告的撰写 复习思考题 案例讨论中国人不喝冰红茶 第3章市场营销战略策划 开篇案例某粮贸总公司的市场营销战略策划 3.1营销战略策划概述 3.2企业发展战略策划 3.3市场营销战略策划 复习思考题 案例讨论阅读并讨论下面两个材料的寓意 第4章企业形象策划 开篇案例海尔集团的形象策划 4.1企业形象策划概述 4.2企业导入CIS的一般原则 4.3企业形象策划的流程 4.4企业形象策划的内容 4.5企业导入CIS应注意的问题 复习思考题 案例讨论阅读并分析以下失败案例 第5章产品策划 开篇案例“清咽滴丸”产品的市场定位 5.1产品定位策划 5.2产品品牌策划 5.3产品包装策划 5.4新产品开发策划 5.5新产品上市策划 复习思考题 案例讨论天津隆顺榕的品牌策划 第6章产品定价策划 开篇案例本田飞度——低价，一步到位 6.1产品定价策划的步骤 6.2定价战略与战术策划 6.3价格调整策划 复习思考题 案例讨论阅读并分析下面两个定价策划 第7章分销渠道策划 开篇案例格力空调靠渠道掌控终端市场 7.1分销渠道设计策划 7.2渠道控制与管理策划 复习思考题 案例讨论宝洁和沃尔玛：对手变盟友 第8章整合营销传播策划 开篇案例蒙牛酸酸乳的整合营销传播奇迹 8.1整合营销传播原理 8.2整合营销传播策划的程序 8.3广告促销策划 8.4公关促销策划 8.5销售促进策划 8.6促销费用的预算 复习思考题 案例讨论卖点突出的“绿乌鸡”为何销量上不去 第9章营销策划的执行与控制 开篇案例中国联通的推广方案为何失败 9.1营销策划组织机构的确立 9.2营销策划方案完成的过程 9.3营销策划的执行 9.4营销策划的控制 复习思考题 案例讨论KFC营销策划为何失败 第10章营销策划书通用模板及范文 10.1商业（创业）计划书通用模板及范文 10.2市场调研计划书通用模板及范文 10.3市场调研报告通用模板及范文 10.4企业形象策划通用模板及范文 10.5企业品牌策划通用模板及范文 10.6新产品上市策划通用模板及范文 10.7公关方案策划通用模板及范文 10.8销售促进策划通用模板及范文 10.9整合营销策划通用模板及范文 参考文献

章节摘录

版权页：插图：4.前期物品的准备（1）水、水果盘、水果。无论是活动前期的筹备还是活动的现场，我们都要准备好足够的水给工作人员及领导与嘉宾。另外，现在的社会越来越人性化，所以许多活动的桌上我们都会摆放水果，不一定要贵，但一定要对，如新鲜、易食用等。这个环节也要注意摆放抽式纸巾。（2）地毯。无论是舞台上的还是活动现场道路门口上的，现在很多的活动我们都需要铺上地毯。（3）灯光、音响等设备。现在的活动执行特别是室外的活动，我们都要用到灯光和音响，而这些设备通常我们都没有，所以要先去租借，一个原则，够用就可以，不需要增加一些花样，没有什么大作用。（4）准备签到本、中性笔、毛笔。现在的许多活动都有签到这一环节，特别是会议类型的，所以事先要准备好签到表和签到笔，有些还需要准备好签到用的毛笔。（5）花、礼花炮。许多活动的场景布置都需要用到鲜花，例如，会议桌、致辞台、茶几上。还有就是上台献的花环或是花束，这些花都要按照不同场合提前准备好。另外，很多晚会等类型的活动在开场或是结束的时候都会放礼花炮，所以在举办这些活动时我们要准备好，同时要安排好放礼花炮的人员。当然，这个也是能省则省。（6）桌椅、来宾座位安排表及领导座位签（牌）。许多的活动都需要用到桌椅，特别是室外的一些活动，这些桌椅我们都要事先借好、摆放好。条件允许还要增加桌布，这样感觉更正式。座位安排事先就要划分好区域，在座位贴上座位表。正式会议的桌前，晚会的领导以及嘉宾席等都需要事先摆放好座位签（牌）。（7）帐篷。一些在室外的活动，我们要考虑到天气变化的问题，提前准备好帐篷，主要用于音响、灯光和工作人员的避雨。（8）预订工作餐。重大活动和长时间的活动要提供工作餐，因为实在是太辛苦了。当然，这只是组织的一种心意，不用吃得好，但要吃得饱。（9）小礼品或奖品。如果是顾客参与的抽奖活动，一般会有礼品或奖品，我们自然还要准备些小礼品或奖品送给积极参与的观众。

5.前期的其他准备工作（1）确定到场的领导及嘉宾。活动之前要确定好会到场的领导及嘉宾，这样我们方能准确地做好座位签（牌），安排好座位。（2）确定主持人。所有的活动在开始之前我们都要先与主持人沟通，商量好一些细节的东西。主持人的选择要很慎重，性质不同的活动就要选择风格不同的主持人。（3）活动场地借用。无论是室内还是室外的活动，都需要活动场地，为了保证活动能够如期开展，我们一定要之前就审批好场地。

《营销策划理论与实务》

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