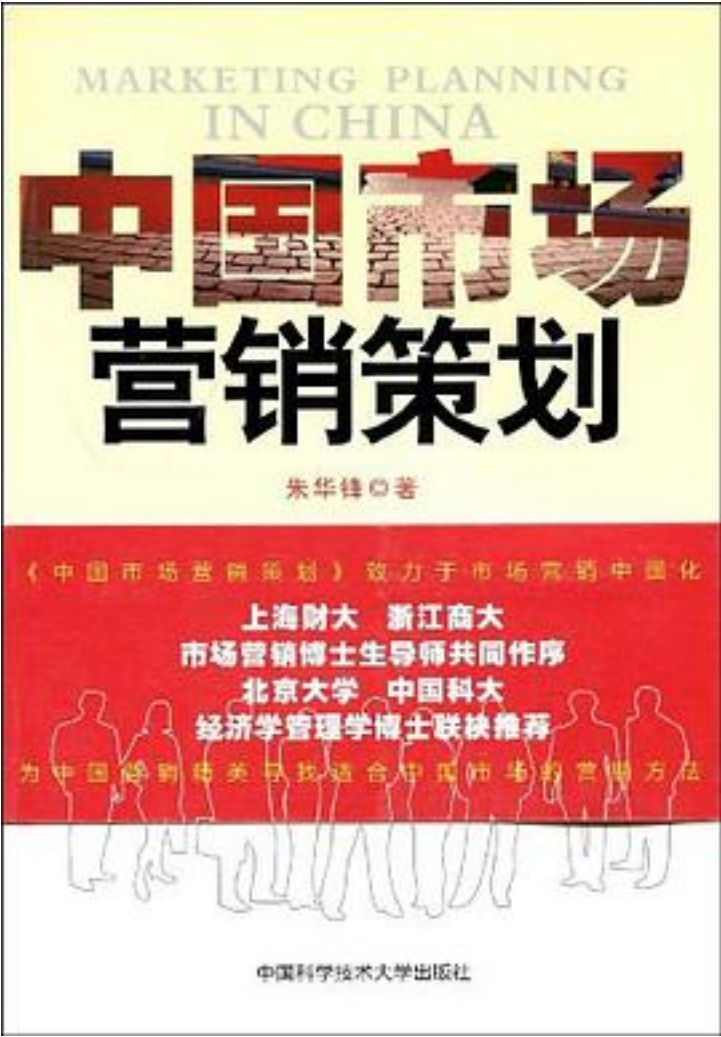


# 中国市场营销策划



[中国市场营销策划\\_下载链接1](#)

著者:朱华锋

出版者:中国科大

出版时间:2009-5

装帧:

isbn:9787312024702

《中国市场营销策划》紧紧把握营销策划的核心策略、主体任务与主流方法，形成了较

为严密的“营销策划”理论内容构成与方法体系。同时又与“市场营销学”或称“市场营销原理(概论)”相区别，创造性地解决了这两者间内容重复的严重问题。

《中国市场营销策划》有着丰富的市场营销理论和中国市场经济理论基础，同时也有着改革开放以来中国市场的鲜明时代特色和实践特色，并系统性地运用了实践—理论研究方法和问题—对策研究方法，具有很高的学术理论价值和实践应用价值。

作者介绍:

市场营销副教授高级经济师

营销理论与实践双师型人才

营销与策划省级特色专业建设点负责人

荣事达红地毯服务

荣事达企业竞争自律宣言

荣事达电冰箱上市

TCL彩电升级网络化

TCL总裁与商界名家联合签名售机

TCL彩电2002世界杯全球促销

TCL彩电终端截流促销

《营销策划一线体验》(编著)

《营销策划理论与实践》(编著)

(安徽省高等学校“十一五”省级规划教材)

目录: 序一序二绪论中国市场营销30年中国市场营销30年第一章 营销策划导论  
营销策划概念起源 营销策划思维 营销策划谋略 营销策划整合 营销策划误区防范第二章  
市场调研策划 市场调研策划与执行流程 营销环境调研策划 市场需求调研策划  
市场竞争调研策划 营销策略调研策划 营销绩效调研策划第三章 市场定位策划  
市场定位策划的策略思考 企业定位策划 品牌定位策划 产品定位策划  
企业形象策划第四章 品牌策划 品牌建设策划的策略思考 品牌命名策划 品牌延伸策划  
品牌拯救策划第五章 产品策划 产品策划的策略思考 产品规划 新产品开发策划  
新产品上市策划 产品包装策划与设计 概念产品推广策划 疲软产品提升策划第六章  
价格策划 价格策划的策略思考 终端价格策划 价格结构策划 价格体系策划  
价格调整策划第七章 分销渠道策划 分销渠道策划的策略思考 分销布局策划  
分销模式策划 通路招商策划 销售政策策划第八章 广告传播策划  
广告传播策划的策略思考 广告诉求主题策划 广告创意策划 广告媒体策划 广告时机策划  
广告频率策划第九章 公关传播策划 公关传播策划的策略思考 新闻公关策划  
赞助公关策划 危机公关策划第十章 促销活动策划 促销活动策划的策略思考  
买赠促销策划 特价促销策划 节假日促销策划 服务促销策划 通路促销策划 后记  
· · · · · (收起)

[中国市场营销策划\\_下载链接1](#)

标签

营销

管理者

营销策划

教材

评论

排版和字体编排极其令人发指

-----  
一般，有点老的书，内容的话比较理论性

-----  
[中国市场营销策划\\_下载链接1](#)

书评

-----  
[中国市场营销策划\\_下载链接1](#)