

# 营销策划



[营销策划\\_下载链接1](#)

著者:张光忠

出版者:

出版时间:2009-9

装帧:

isbn:9787509517611

《营销策划(第2版)》内容简介：营销策划是高等财经院校工商管理、市场营销、产业经济等专业的专业课，也可以作为经济学、管理学、文化传播学、法律学等相关专业的选修课，有比较广泛的应用性。依据国家对创新型人才培养的需要，本教材的教学目的是：造就创新思维好，市场开拓能力强，思想活跃，理论丰富，有优秀的营销策划能力

、市场操作能力和营销管理能力的复合型专门人才。具体表述为：

1.通过系统的营销与策划知识的学习、探讨，使学生全面掌握最基本的市场营销思维模式和营销思维操作的理论、创意、方法。

2.通过对经济全球化条件下企业的市场策划、产品策划、质量策划、形象策划、品牌策划、渠道策划、促销策划、赢利策划等领域的策划要素、策划原则、策划技巧的分析、研究，努力塑造实战型、创新型、创业型的新型营销管理者。

3.通过对不同产品类型、不同细分市场、不同消费需求、不同竞争模式、不同赢利策略的策划机制、策划程序、策划目标、策划概念、策划手段的分析、探讨，全面锻炼学生的思维能力、创新能力、竞争能力和经营管理能力。

4.通过理论联系实际、历史联系现实、策划联系营销，对世界典型国家、典型产业、典型市场、典型企业、典型产品、典型案例的分析、探索，提升学生走向社会、参与经济、开拓市场、创造价值的能力素质。

考虑到营销策划是一门创造性、开拓性、应用性的课程，本教材特别注意两个结合，即知识与能力的结合、学习与创造的结合。坚持以“营销”为主导，以“策划”为主线，使“营销”因为有“策划”而有生命力、竞争力；使“策划”因为有“营销”而有说服力、影响力。

作者介绍:

目录:

[营销策划\\_下载链接1\\_](#)

标签

评论

直到课设了才去读.....

-----  
[营销策划\\_下载链接1\\_](#)

书评

-----  
[营销策划\\_下载链接1](#)