

市场营销策划

主 编 仝若贝 王 卓 石 蕊
副主编 盖军旗



华南理工大学出版社
SOUTH CHINA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY PRESS

· 广州 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

市场营销策划 / 仝若贝, 王卓, 石蕊主编. —广州: 华南理工大学出版社, 2015. 3

21 世纪高职高专财经类立体化精品教材. 市场营销系列

ISBN 978-7-5623-4552-7

I. ①市… II. ①仝… ②王… ③石… III. ①市场营销—营销策划—高等职业教育—教材 IV. ①F713.50

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 038063 号

市场营销策划

仝若贝 王卓 石蕊 主编

出版人: 韩中伟

出版发行: 华南理工大学出版社

(广州五山华南理工大学 17 号楼, 邮编 510640)

<http://www.scutpress.com.cn> E-mail: scutc13@scut.edu.cn

营销部电话: 020-87113487 87111048 (传真)

项目策划: 王磊

责任编辑: 李岳昭 杨立伟

印刷者: 北京旺银永泰印刷有限公司

开本: 787mm×1092mm 1/16 印张: 15 字数: 360 千

版次: 2015 年 3 月第 1 版 2015 年 3 月第 1 次印刷

定价: 35.00 元

版权所有 盗版必究 印装差错 负责调换

“市场营销策划”是市场营销专业的核心课程，是营销人员必须掌握的基本技能。本书以市场营销策划的基本程序为逻辑起点，采用“工学结合一体化”的教学理念编写而成。

本书共分为九个学习情境，包括：市场营销策划理论、市场营销策划准备工作、市场营销战略策划、产品策划、促销策划、营销渠道策划、创意策划、企业品牌策划、营销策划的实施和控制等内容。

本书在编排上，注重理论与实践相结合，采用案例教学模式，突出实践环节，设置了情境导入、知识链接、综合案例解析、知识总结、小贴示、案例精选、拓展阅读、教学检测等特色板块，意在提高学生的学习兴趣。

本书对就业岗位所必需的知识讲深讲透，对非必需的知识点到为止，既可作为高职高专市场营销专业或其他财经类专业的学生教材，也可作为市场营销人员的学习培训用书，亦可作为广大读者的参考读物。

在后金融危机时期，伴随着中国经济转型和产业结构的升级，特别是我国加入 WTO 后的市场逐步开放，市场营销人员需要的知识和能力也面临着越来越多的挑战和要求。市场营销策划能力是市场营销人员必须掌握的一项重要技能，也是企业管理人员必须具备的一项基本素质。

本书按照教育部颁发的《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》，运用“案例—理论—实践”三位一体的模式，在编写过程中以注重技能培养和提高教学水平为指导思想，最大程度地展现教材的实用价值。

本书共分为九个学习情境，包括：市场营销策划理论、市场营销策划准备工作、市场营销战略策划、产品策划、促销策划、营销渠道策划、创意策划、企业品牌策划、营销策划的实施和控制等内容。

本书在内容上，设置了独具特色的板块：在每一学习情境前设有知识要点、核心概念、情境导入，并在知识呈现的过程中穿插知识链接、案例精选、小贴士等小板块，便于学生理解和学习相关知识；在每一学习情境的最后，都设有综合案例解析、知识总结、教学检测和拓展阅读等板块，这些板块能够很好地帮助学生掌握和巩固所学知识。

本书体例新颖、案例鲜活、内容详实，可作为高职高专市场营销专业或其他财经类专业的学生教材，也可作为市场营销人员的学习培训用书。

本书由仝若贝、王卓、石蕊担任主编，由盖军旗担任副主编。其中安阳工学院仝若贝编写了学习情境一至三，阜阳师范学院王卓编写了学习情境四和学习情境五，上海财经大学的石蕊编写了学习情境六和学习情境七，河北科技大学的盖军旗编写了学习情境八和学习情境九。

在编写过程中参考和引用了众多专家、学者的珍贵资料，限于体例未能逐一注明，在此向有关作者表示诚挚的谢意。由于本人学识水平和实际经验有限，对高等职业教育特征的把握恐有不准确，加上对教材模式作了大胆的改革尝试以及时间十分仓促，书中不妥甚至谬误之处在所难免，恳请专家、学者与同仁批评指正。



学习情境一 市场营销策划理论

知识要点.....	1
核心概念.....	1
情境导入.....	2
单元一 市场营销策划概述	2
一、策划的含义.....	2
二、市场营销策划的概念.....	3
三、市场营销策划的观念.....	3
四、市场营销策划的基本特点.....	5
单元二 营销策划的发展阶段及内容	6
一、营销策划的发展阶段	6
二、市场营销策划的内容	7
单元三 市场营销的内涵.....	9
一、市场营销策划的类型	9
二、市场营销策划的原则	10
三、市场营销策划的方法	13
综合案例解析 孔府家酒的二次崛起	16
知识总结.....	17
教学检测.....	18
拓展阅读 市场营销的核心概念	18

学习情境二 市场营销策划准备工作

知识要点.....	21
核心概念.....	21
情境导入.....	22

单元一 市场营销策划的流程	22
一、了解现状.....	22
二、分析情况.....	24
三、制定营销战略	26
四、制订行动方案	27
五、预测效益.....	27
六、实施策划方案	27
七、进行策划控制	28
八、方案效果测评	28
单元二 撰写营销策划书.....	28
一、营销策划书的内涵	28
二、营销策划书的结构和内容.....	29
三、营销策划书的撰写要求	33
单元三 营销策划人才的职业素质与技能要求.....	37
一、职业体系	37
二、基本素质	38
三、基本技能.....	40
综合案例解析 拯救“策划”	41
知识总结.....	41
教学检测.....	42
拓展阅读 营销策划误区防范.....	43

学习情境三 市场营销战略策划

知识要点.....	45
核心概念.....	45
情境导入.....	46
单元一 市场营销环境的一般分析	47

一、市场营销环境.....	47
二、市场分析.....	51
三、个人市场.....	54
四、组织市场.....	54
五、农村市场的营销策略.....	57
单元二 营销策略的STP策划	61
一、市场细分.....	61
二、目标市场选择策划.....	66
三、目标市场战略策划.....	67
四、市场定位概述.....	71
五、企业定位策划.....	74
综合案例解析 “派克笔”重新定位获新生.....	74
知识总结.....	75
教学检测.....	75
拓展阅读 市场调研.....	76

学习情境四 产品策划

知识要点.....	80
核心概念.....	80
情境导入.....	81
单元一 产品策略策划.....	81
一、产品策略策划.....	81
二、产品生命周期各阶段的营销策划.....	82
三、产品组合策划.....	85
四、产品包装策划.....	86
单元二 新产品开发.....	89
一、新产品开发的战略意义.....	89
二、新产品开发的方式.....	89
三、新产品开发的策略.....	90
四、新产品开发的步骤.....	92
综合案例解析 可口可乐在中国的产品组合策略.....	94
知识总结.....	95
教学检测.....	96
拓展阅读 价格策划.....	96

学习情境五 促销策划

知识要点.....	100
核心概念.....	100
情境导入.....	101
单元一 促销策划概述.....	102
一、促销与促销组合.....	102
二、促销策略.....	102
三、促销策划应考虑的因素.....	103
四、促销策划的基本流程.....	105
五、促销活动策划的基本原则.....	106
单元二 广告策划.....	107
一、广告策划概述.....	107
二、广告策划流程.....	111
三、广告促销策划的策略选择.....	113
四、广告策划的设计技巧.....	114
五、广告策略.....	115
六、广告策划书的内容结构和编写技巧.....	116
单元三 公共关系策划.....	119
一、公共关系策划的内容.....	119
二、公共关系策划的程序与策略.....	122
三、公共关系策划书的内容结构.....	125

综合案例解析 小老板卖豆腐.....	128
知识总结.....	128
教学检测.....	129
拓展阅读 推销策划.....	129

学习情境六 营销渠道策划

知识要点.....	133
核心概念.....	133
情境导入.....	134
单元一 了解营销渠道策划.....	134

一、营销渠道的基本结构.....134	二、营销渠道策划的影响因素.....136	三、营销渠道策划的原则.....139	四、营销渠道策划的基本流程.....139	五、营销渠道设计技巧.....141	单元二 绿色营销.....174	一、绿色营销的内涵.....174	二、绿色营销的新发展.....175	三、绿色营销的适应范围.....177	四、绿色管理.....178		
单元二 分销渠道策划.....142	一、分销渠道策划的思维路径.....142	二、分销渠道策划的策略主线.....143	三、分销布局策划.....145	四、终端销售点密度决策.....146	五、分销渠道的类型.....148	六、分销渠道策略的评估.....149	单元三 事件营销.....179	一、事件营销策划的法则.....179	二、事件营销的特性.....179	三、事件营销策划的策略.....180	四、事件营销策划的技巧.....181
单元三 直复营销策划.....150	一、直复营销策划的步骤.....150	二、直复营销策划的要素.....152	三、直复营销的方式选择.....152	单元四 物流系统策划.....154	一、物流系统的构成.....154	二、物流系统设计.....155	综合案例解析 康佳PK日韩平板.....183	知识总结.....184	教学检测.....184	拓展阅读 娱乐营销.....185	
综合案例解析 TCL的渠道创新与转型.....158	知识总结.....159	教学检测.....159	拓展阅读 营销渠道新发展.....160	知识要点.....187	核心概念.....187	情境导入.....188	单元一 企业形象策划.....189	一、企业形象策划概述.....189	二、企业导入企业形象系统的意义.....189	三、三大识别系统策划.....191	四、企业导入企业形象系统时的 注意事项.....192

学习情境七 创意策划

知识要点.....162	核心概念.....162	情境导入.....163	单元一 网络营销.....163	一、网络市场营销的实质及特点.....163	二、网络营销的模式.....165	三、网络市场营销策划的一般过程.....167	四、企业网站开发策划.....168	五、网络营销组合策略.....172	单元二 CI策划.....193	一、CI策划的战略实施.....193	二、CI策划的原则.....195	三、CI实施中需要关注的问题.....196	单元三 品牌策划.....197	一、品牌策划分析.....197	二、品牌名称设计.....201	三、品牌标志设计.....202	四、品牌推广.....203
--------------	--------------	--------------	------------------	------------------------	-------------------	-------------------------	--------------------	--------------------	------------------	---------------------	-------------------	------------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	----------------

学习情境八 企业品牌策划

五、发展品牌.....	206	四、市场营销策划方案实施的程序.....	219
六、品牌延伸.....	208	单元二 市场营销策划的控制.....	220
综合案例解析 阿里巴巴的品牌定位.....	210	一、市场营销策划的控制.....	220
知识总结.....	211	二、市场营销策划控制的标准.....	221
教学检测.....	211	三、市场营销策划控制的方法.....	222
拓展阅读 品牌国际化.....	211	单元三 市场营销策划效果评价.....	224
学习情境九 营销策划的实施和控制		一、事前评估.....	224
知识要点.....	213	二、营销策划实施的过程评估.....	225
核心概念.....	213	三、营销策划的事后评估.....	226
情境导入.....	214	综合案例解析 宏达厂营销策划计划的实施 与控制.....	227
单元一 市场营销策划方案实施.....	215	知识总结.....	227
一、影响市场营销策划方案实施的 因素.....	215	教学检测.....	228
二、营销控制的原则.....	218	拓展阅读 营销策划控制的方法.....	228
三、市场营销策划方案实施的技能.....	218	参考文献.....	230