

《营销策划与案例分析》课程教学大纲

第一章：营销策划的操作

1. 营销活动的准备阶段
 - 1) 营销活动策略选择
 - 2) 制定营销活动策划的 5 大步骤
 - 3) 销售阶段与营销活动组合决策
 - 4) 营销活动的创意方法
 - 5) 如何撰写营销活动策划书
2. 营销活动过程管理
 - 1) 营销活动的时机
 - 2) 常见的营销活动方式
 - 3) 营销活动的整合传播策略制定
 - 4) 营销活动实施管理流程图
3. 营销活动的执行
 - 1) 营销活动实施的节点
 - 2) 营销活动前准备
 - 3) 活动人员组织图
 - 4) 营销活动现场规划的重点
 - 5) 活动现场热度控制
 - 6) 营销活动危机处
4. 营销活动的后续总结
 - 1) 营销活动评估的指标
 - 2) 营销活动的后续传播
 - 3) 活动效果评估报告撰写

第二章：创新思维及在营销中的运用

- 1) 横向思维
- 2) 逆向思维
- 3) 非线性思维
- 4) 时空思维
- 5) 结构思维

6) 合分思维

7) 共赢思维

8) 复利思维

案例：解决方案式营销

案例：网红带货对我们的启示

第三章：如何利用微信抖音：做好“标题党”流量自然来

1. 没有标题党就没有互联网
2. 正确设置和使用关键词
3. 几大经典软文标题案例分析
4. 软文标题撰写常用的公式
 - 1) 陈述式标题
 - 2) 新闻式标题
 - 3) 悬念式标题
 - 4) 号召式标题
 - 5) 提问式标题
 - 6) 诉求式标题
 - 7) 爆炸式标题
 - 8) 寓意式标题
 - 9) 。。。。