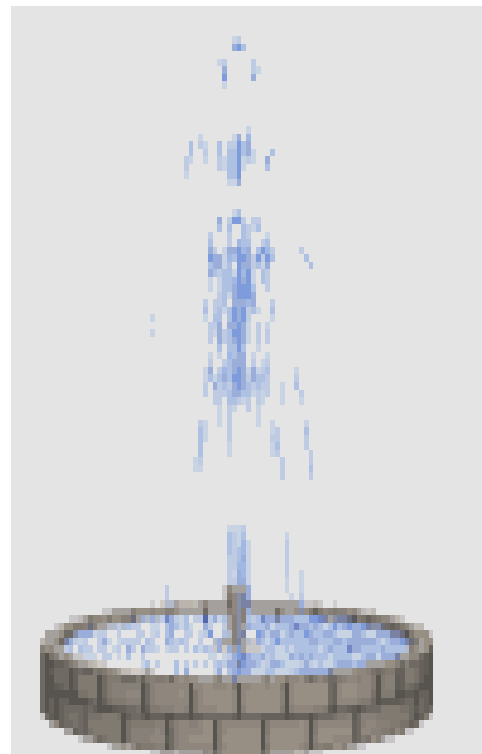
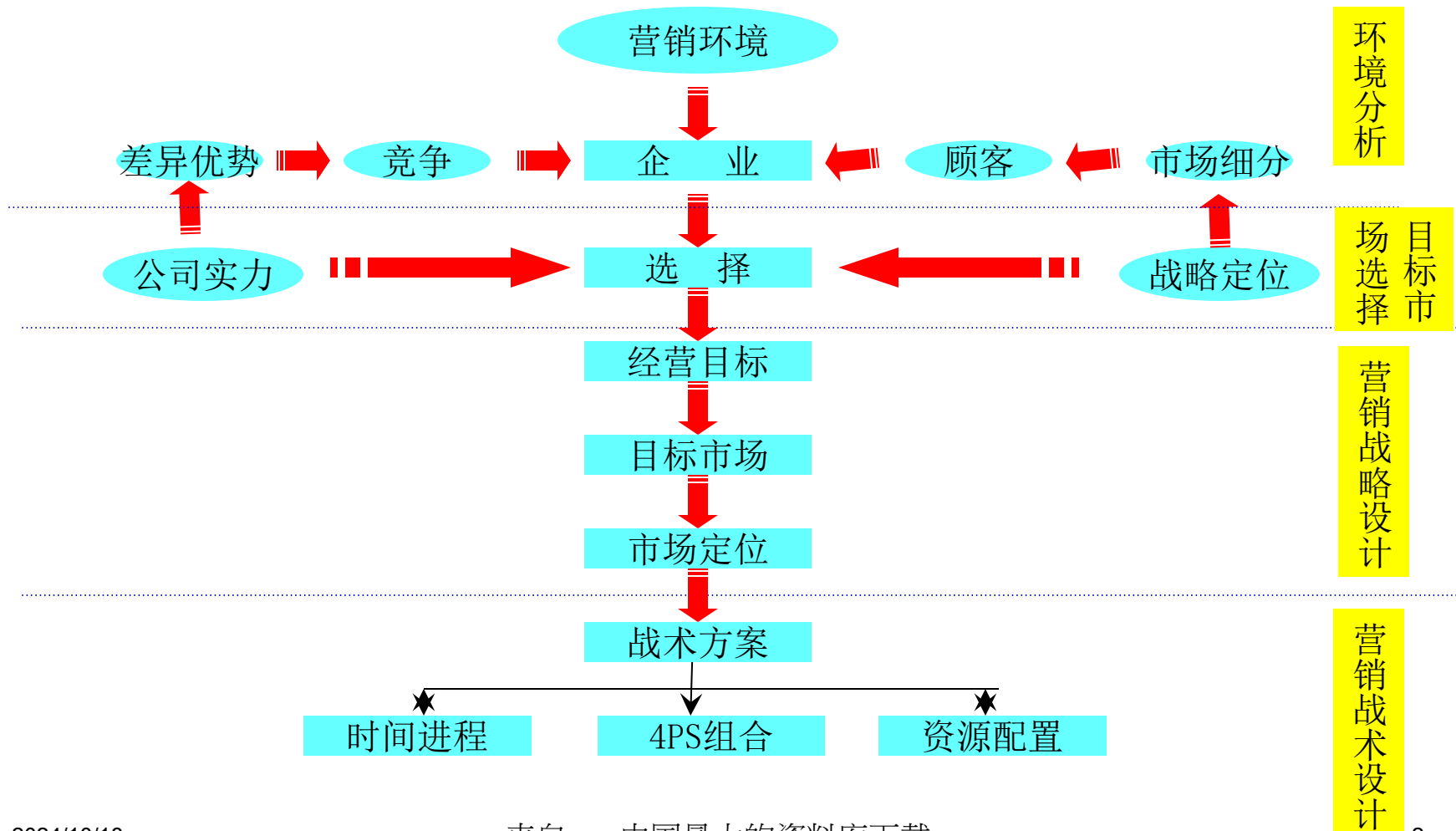


第六章 市场营销战略与 营销组合



市场营销战略与战术的规划



第一节 企业战略的含义及重要性

- 一、企业战略的含义与特点
- 1、含义：
 - 企业战略指企业以未来为主导，将其主要目标、方针、策略和行动信号构成一个协调的整体结构和总体行动方案。

- 2、企业战略的特点
- (1) 长远性：指时间
- (2) 全局性：指控制对象
- (3) 指导性：指的是作用
- (4) 抗争性：指性质
- (5) 客观性：指内容
- (6) 可调性：指其反映
- (7) 广泛性：指其范围
- 只有同时具备上述七个性质，才能是比较完善的企业战略。

- 二、企业战略的重要性
- 1、生产社会化程度的提高和专业分工的发展，使企业战略规划日益重要。
- 2、竞争机制的加强需要企业进行战略规划。
- 3、消费结构的迅速变化，需求企业进行战略规划。
- 4、企业的战略有调动职工积极性，增加企业凝聚力的作用。

第二节战略规划的程序与内容

- 一、企业战略规划的程序
- 1、规定企业的任务（使命）
- 2、制定为实现企业任务的长期目标和短期目标
- 3、制定出指导企业实现目标，选择和实施战略的方针
- 4、决定用以实现企业目标的战略

- 二、企业战略规划实施的内容
 - 1、建立实施战略规划的组织机构
 - 2、确保实现战略的必要活动有效地进行
 - 3、对战略在企业中的实施进行控制
- 三、规定企业的任务
 - 1、企业任务的内容
 - (1) 企业观念：企业的价值观、信念、行为准则
 - (2) 企业宗旨：企业的类型、活动方向、范围

- 2、规定企业任务必须明确的问题
- (1) 本企业是干什么的
- (2) 谁是企业的现实顾客
- (3) 顾客还需要是什么
- (4) 顾客期望得到什么
- (5) 本企业潜在顾客的主要特征是什么

- 3、编制任务报告书的要求
- (1) 贯彻市场营销观念
- (2) 切实可行
- (3) 鼓舞人心
- (4) 既高度概括又具体明确

- 四、确定企业目标
- 1、确定企业目标的意义
- (1) 可使企业实现外部环境、内部条件和战略任务三者的动态平衡，使企业获得长期、稳定、协调的发展
- (2) 企业目标是提供行动的指南
- (3) 企业目标能建立企业风格，改进企业的公共关系
- (4) 企业目标可以用作衡量经济效益的标准

- 2、切实可行的企业目标应具备的条件
- (1) 企业目标是一个整体概念
- (2) 目标层次要清楚
- (3) 各种目标所要求的准确度和数量性要有所不同
- (4) 企业目标要有充分的客观依据
- (5) 企业目标要保持相对稳定
- (6) 目标之间要协调一致
- (7) 企业目标要体现企业担负的社会责任及企业的社会效益

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：
<https://d.book118.com/768057016024006051>