

<<票房营销>>

图书基本信息

<<票房营销>>

内容概要

本书由著名营销学大师菲利普·科特勒和卓越的艺术管理教育家兼顾问乔安妮·雪芙合作完成，为全球从事艺术表演管理的人们，提供了市场化生存发展的策略和有效的营销管理方法。书中列举了数十个世界知名艺术表演团体的真实营销案例，重点讨论了它们所采用的具有创新性的、有效的营销策略，并就可能危及艺术表演团体生存的问题进行了深入的探讨。本书具有理念前卫、内容丰富、案例精彩、引人入胜和易于操作的特点。

《票房营销》作为国内第一本权威引进版艺术表演类营销学专著，不仅刊为全国所有艺术表演团体的管理者、策划人、导演和制片人，以及政府文化艺术管理部门人员作为重要的专业参考书；还可供全国艺术表演院校相关专业的教师和学生作为营销课程教材；同时也是一切有志于从事艺术表演管理，或对票房营销感兴趣的人们最有价值的读本。

<<票房营销>>

作者简介

菲利普·科特勒（Philip Kotler） 美国西北大学Kellogg管理研究院、Son Distinguished研究所的国际著名营销学教授。

他曾先后出版了15本营销学专著，在全球管理学界和企业界产生了极为深远的影响，其中包括《营销管理》、《营销学原理》和《非营利组织营销策略》等著作。

乔安妮·雪芙（Joanne Scheff）美国西北大学Kellogg管理研究院的艺术管理学客座副教授，她同时还兼任美国多家艺术团体、基金会以及与艺术相关企业的营销和管理顾问。

<<票房营销>>

书籍目录

英文版序言第I篇 定义使命第1章 表演艺术：危机四伏？
历史：数十年的艺术积淀步入危机经济面临的挑战社会和政治问题营销问题管理问题营销反应第2章
营销心态营销哲学的演进考察以组织为中心的营销导向以顾客为中心的营销管理第3章 策略性市场
计划分析组织的使命、计划和目标内部和外部的环境分析第 篇 了解表演艺术的市场第4章 了
解表演艺术的观众影响消费者行为的主要因素购买行为的决策过程第5章 明确市场区域、选择目标
市场并正确定位演出市场区域设定目标定位第6章 决定市场规模和需求：营销研究营销研究的范围
和应用营销研究的方法营销研究的过程：检查衡量并预测市场需求第7章 找出竞争者与潜在合作对
象竞争合作第 篇 发展策略第8章 节目的定义与定位第9章 为表演的成本和价值定价第10章 地
点、空间以及门票销售系统管理第11章 提高观众的出席频率与忠诚度第 篇 传递信息第12章 沟
通策略第13章 发展有效的广告与促销第14章 直接营销与数据库营销第15章 用公关改变形象和知
名度第 篇 组织的管理第16章 组织及其志愿者计划的设计与管理第17章 营销规划、预算、执行
与控制第 篇 掌握未来第18章 吸引捐款以及其他资源第19章 立足现在、放眼未来人物姓名索引
组织名称索引主题索引

<<票房营销>>

媒体关注与评论

《票房营销》一书已经远远超越了表演艺术营销这一问题本身，书中提出并探讨了关于“艺术如何才能持续而健康地发展”等很多深层次的问题，并对艺术表演团体为了生存所必须采取的措施提出了适当的建议。

我很喜欢读这本书，而且也确实从中学到了很多东西。

我们这些艺术界的专业人士，一直都将本书视为一本专业书籍。

如果在完整的艺术管理MBA的课程中要求人手一册专业教材的话，那么这本异常详细、切题且颇具洞察力的书当为首选。

《票房营销》是每一位认真对待艺术营销的人士都必须立即拥有的一本书。

<<票房营销>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>