

<<营销传播经营实务>>

图书基本信息

书名：<<营销传播经营实务>>

13位ISBN编号：9787307094857

10位ISBN编号：7307094851

出版时间：2012-3

出版时间：武汉大学出版社

作者：夏晓鸣 等编著

页数：330

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>

## <<营销传播经营实务>>

### 内容概要

《高等院校新闻传播学系列教材：营销传播经营实务》阐述了营销传播机构（主要是广告公司、公关公司、市场调查公司）以及媒介（主要是报社、杂志社、广播电台、电视台、网站等）的广告部门，通过向客户提供营销传播服务获取当齐利益的手段和策略，其中包括机构设置、业务运作、人事管理、财务管理等，此外也兼及上述公司或单位的客户，即企业自身营销传播活动的开展。

《高等院校新闻传播学系列教材：营销传播经营实务》内容涵盖了涉及营销传播经营的多种类型的公司和单位，其中公关公司和市场调查公司的经营，是在现有的营销和传播类书籍中很少提及的。此外，网站的营销传播经营也有许多新数据、新材料、新观点。

## <<营销传播经营实务>>

### 书籍目录

- 第一章 营销传播经营概述
  - 第一节 营销传播及其经营
  - 第二节 以策划制作为主的营销传播经营机构
  - 第三节 以信息发布为主的营销传播机构
  - 第四节 营销传播经营机构的服务对象和服务方式
  - 第五节 营销传播的合法经营
- 第二章 广告公司概况
  - 第一节 广告公司的类型
  - 第二节 广告公司的组织
  - 第三节 我国广告公司的历史和现状
- 第三章 广告公司的经营原则与战略
  - 第一节 广告公司的经营原则
  - 第二节 广告公司的定位
  - 第三节 广告公司的经营理念
- 第四章 广告公司的业务管理
  - 第一节 广告公司的业务开发
  - 第二节 广告公司的主要业务与管理
  - 第三节 广告公司的作业流程与管理
  - 第四节 广告公司的客户维系
- 第五章 广告公司的人事管理
  - 第一节 科学管理与激励理论的运用
  - 第二节 广告公司人员的聘用、培训与解聘
  - 第三节 广告公司人员的评估与激励
  - 第四节 广告公司人事管理的特点
- 第六章 广告公司的财务管理
  - 第一节 广告公司的收入
  - 第二节 广告公司的支出
  - 第三节 广告公司的财务控制
- 第七章 公关公司的经营与管理
  - 第一节 我国公关行业的历史与现状
  - 第二节 公关公司的功能与组织
  - 第三节 公关公司的业务运作与经营策略
- 第八章 市场调查公司的经营与管理
  - 第一节 我国市场调查公司的历史与现状
  - 第二节 我国市场调查公司的类型与结构
  - 第三节 市场调查公司的服务与定位
  - 第四节 调查方法和分析模型的运用与创新
  - 第五节 市场调查公司的项目管理与客户工作
  - 第六节 市场调查公司的人事管理
- 第九章 企业自身营销传播活动的开展
  - 第一节 企业的营销传播部门
  - 第二节 企业营销传播活动的运作
  - 第三节 企业营销传播预算
- 第十章 报社与杂志社的广告经营
  - 第一节 报纸与杂志广告的特点、类型和发展前景

<<营销传播经营实务>>

第二节 报社与杂志社的广告组织、经营方式和经营环境

第三节 报社与杂志社的广告经营策略

第四节 报社与杂志社广告之外的营销传播经营

第十一章 广播电台的营销传播经营

第一节 广播广告的特点、经营环境与发展趋势

第二节 广播电台的广告经营

.....

第十二章 电视台的营销传播经营

第十三章 网站的营销传播经营

后记

## <<营销传播经营实务>>

### 编辑推荐

营销传播活动是随着新媒介的产生和传播技术的进步而不断发展的，由于通信与交通的发达，商品市场不断扩大，企业之间的竞争日趋激烈，“酒好不怕巷子深”的时代已经不复存在，好产品也需要宣传，有时还更需要宣传，与目标消费者的沟通是企业营销成功的必由之路。

这就是夏晓鸣、夏颖、杨婷主编的《营销传播经营实务(高等院校新闻传播学系列教材)》。

<<营销传播经营实务>>

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>