

<<传播政策>>

图书基本信息

书名：<<传播政策>>

13位ISBN编号：9787309047936

10位ISBN编号：7309047931

出版时间：2005-11

出版时间：复旦大学出版社

作者：曼弗雷德·布鲁恩

页数：507

字数：473000

译者：阿夏

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>

<<传播政策>>

内容概要

《传播政策》1997年首版，现中译本为其今年面世的第三版修订版。这本书基础理论性强，结构紧凑，内容凝练，显示了德国人做学问严谨的特点。作者从不同的角度对企业传播进行探入研究，向人们展现了整合传播的基本原理和操作系统，书中大量案例的解析又为我们展示了实践整合传播、整合传播政策合营销和整合营销传播的参考性模版。全书理论基础以整合、系统、决策为导向，又切入经济学和行为学的观点，立足点高，思想性强。这本欧洲版的整合营销传播权威著作，给我们提供了认识这一尚不成熟、有待完善的理论和实践的另一视角，很有价值。

<<传播政策>>

作者简介

曼弗雷德·布鲁恩教授是瑞士巴塞尔大学企业管理和营销学系博士生导师，任巴塞尔大学经济系及经济学研究中心主任，同时受聘为德国慕尼黑工业大学荣誉教授，在该校教授EMBA课程。

他在企业的战略性管理、传播政策、品牌政策、关系营销、服务业管理和营销、质量管理和内部

<<传播政策>>

书籍目录

1 传播政策的范畴和理论 1.1 传播政策的范畴 1.2 传播政策的理论基础 2 传播政策的规划过程 2.1 传播规划的必要性、概念和特征 2.2 不同层面的规划过程 2.3 多个规划过程组合为一体化规划切入点 3 整合传播作为战略性传播方案 3.1 整合传播的概念和形式 3.2 整合传播的任务、相关客体和目标 3.3 整合传播战略的核心要素 3.4 整合传播方案书的基石 3.5 传播目标、传播讯息和传播工具的整合 3.6 运用传播工具的规划要素 4 传播政策中的形势分析 4.1 系统性形势分析的必要性 4.2 形势分析的范围和方法 5 传播政策中的目标设置 5.1 传播规划中目标的作用 5.2 制订目标的几点要求 5.3 传播目标的分类及特征 5.4 各种传播工具目标规划的特点 6 传播政策中的目标受众规划 6.1 目标受众规划方案 6.2 确认目标受众 6.3 描述目标受众 6.4 运用类型学 6.5 目标受众的可达性 6.6 各种传播工具目标受众规划的特点 7 制定单个传播工具的传播战略 7.1 传播战略的概念和要素 7.2 传播战略的类型 7.3 制定各种传播工具战略的特点 8 传播政策中的预算编制 8.1 预算编制的问题和任务 8.2 编制传播预算的方法 8.3 总评 9 传播政策中的预算分配 9.1 分配问题的架构 9.2 工具间分配 9.3 媒体间选择 9.4 媒体内部选择 9.5 时间上的传播运用 9.6 各传播工具预算分配的特点 10 传播政策的执行规划 10.1 传播政策工具的架构 10.2 各种传播工具的措施规划 10.3 传播讯息的设计 10.4 所有措施的整合 10.5 与传播代理公司的合作 11 传播政策中的成果检测 11.1 成果检测的概念和意义 11.2 效果研究的现状 11.3 对成果范围的要求 11.4 成果检测的形式 11.5 以效果模型为基础的成果检测 11.6 传播成果检测的整合式切入点 11.7 有关成果检测的评价 12 传播政策的发展趋势和未来展望 12.1 未来的传播框架条件 12.2 传播工具的运用 12.3 未来的传播市场参与者

<<传播政策>>

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>