

<<活动创造价值>>

图书基本信息

书名：<<活动创造价值>>

13位ISBN编号：9787535758712

10位ISBN编号：7535758711

出版时间：2009-9

出版时间：湖南科学技术出版社

作者：王伟,浮石

页数：283

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>

<<活动创造价值>>

内容概要

全国第一本活动运营实操手册，集专业性、知识性、趣味性与实用性与一体。
无论你是政府官员、企业家、传媒人、营销人员还是着手准备进行职场规划的大学生，它像芝麻开门的密语或万能钥匙一样，总是能帮你打开获得政绩、业绩、财富以及无所不在的商业机会的事业之门
.....

<<活动创造价值>>

作者简介

王伟：天娱传媒最早两名创始人之一，并担任副总经理。
曾策划、主导运营2004年超级女声、世界先生、海南岛欢乐节、中国东盟博览会开幕式、广东国际旅游文化节、湖南国际旅游节等重大活动，一度在全国十几个省市将大型活动运营做的风生水起。
深刻领悟到跨行业整合资源的重要性

<<活动创造价值>>

书籍目录

第一章 新活动，新媒体，新经济

第一节 新活动，新媒体

新活动是什么

新活动是一个跨媒介整合资源的新媒体

新活动通过制造社会热点升级为新媒体

新技术媒体：充满互动的碰撞

第二节 新活动，新思维

整合资源：是你的，也是我的

用活动改变观念

用活动制造概念

第三节 新活动，新价值

金融危机下的强心剂

新活动是个筐，什么都能装

影响力是最大的生产力

奥运会是最具价值的体育竞技活动

“超级女声”是最具价值的草根狂欢活动

运用活动成就最具有商业性的全球化商学院——长江商学院

第二章 活动策划

第一节 活动需要战略规划

中国为什么没有品牌活动

制定活动的战略规划需要考虑的问题

举办活动的三种战略选择

活动中各利益相关者分析

第二节 创意：一群梦想者的头脑风暴

创意的相关基本理论和方法

知己知彼，战无不胜

灵感不只是拍脑袋

从符号到图腾

从理解到表达

从下水道盖子上超车

第三节 活动内容：包子的辩证法——肉

鸡也生蛋，蛋也生鸡

卖什么吆喝什么

宋祖英没想过唱R&B

第四节 活动形式：包子的辩证法——褶

将技术用到极致

内行看门道，外行看热闹

第五节 制定完整的策划方案

目的、愿景和使命的表达

目标和任务

创意的构想

运行计划

附：广东国际旅游文化节投标方案

第三章 活动的筹备

第四章 活动执行

<<活动创造价值>>

- 第五章 活动宣传推广
- 第六章 活动的市场开发
- 第七章 活动的风险防范及评估
- 第八章 活动营销
- 第九章 活动行业的未来发展趋势
- 后记

<<活动创造价值>>

章节摘录

第一章 新活动，新媒体，新经济开门七件事，油盐柴米酱醋茶。

每个生命个体都逃脱不了衣食住行、生老病死，人类的进化与社会的进步就是一个个体与群体追求生命质量和生活质量的过程，而这个过程不过是无数种活动延续不断的纠结与串联，并由此呈现出个体生命的跌宕起伏与社会的斑驳陆离。

一句话，我们一生都在活动，我们天生都是活动家。

“活动”一词英文译成event，《现代汉语词典》中的解释为：为达到某种目的而采取的行动。

远溯至人类早期的蛮荒时代，神话传说中的盘古开天是一个惊天动地的活动，从此便有了天、地、人；亚当和夏娃偷食禁果被赶出了伊甸园也是一次划时代的活动，让人类从此有了智慧，两个人的“性”活动，不仅创造了子孙后代，也创造了人类的文明。

后来，我们在甲骨龟壳以及一切考古发现中看到了许多关于早期人类活动的记录，这让我们不得不对我们的祖先肃然起敬。

尽管远古时代的人类创造活动形式只是一种无意识的自觉行为，但是他们却借助这种社会性的公共活动建立了他们个人或群体生活轨迹的里程碑。

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>