

<<媒体组合>>

图书基本信息

书名：<<媒体组合>>

13位ISBN编号：9787801472397

10位ISBN编号：780147239X

出版时间：1999-08

出版时间：企业管理出版社

作者：刘永炬

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>

<<媒体组合>>

作者简介

<<媒体组合>>

书籍目录

媒体组合实战指引

目录

推荐序

请正视我们的真诚

前言

第一章 现代媒体

第一节 媒体分类

第二节 现代媒体的功能及评估

第三节 现代媒体介绍

第二章 媒体选择

第一节 媒体选择概说

第二节 电视媒体的选择

第三节 报纸媒体的选择

第四节 户内外媒体的选择

第五节 广播媒体的选择

第六节 选择焦点媒体

第七节 选择杂志媒体

第八节 选择POP媒体

第三章 媒体组合的基本内容

第一节 媒体组合的优势

第二节 媒体组合的一般状况

第三节 电视媒体组合的条件

第四节 媒体组合的条件

第四章 如何做媒体组合

第一节 做媒体组合必须考虑的内容

第二节 内容及形式

第三节 产品不同阶段的不同组合形式

第四节 不同产品线的不同组合形式

第五节 单一品牌与多品牌的不同组合形式

第五章 产品在各生命阶段的不同组合形式

第一节 饮料行业

第二节 食品行业

第三节 药品行业

第四节 保健品行业

第五节 服装行业

第六节 日化产品行业

第七节 家电行业

第六章 媒体组合的控制与评估

第一节 时间控制

第二节 费用控制

第三节 组合效果评估

<<媒体组合>>

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>