

<<广告与销售战略>>

图书基本信息

书名：<<广告与销售战略>>

13位ISBN编号：9787810683555

10位ISBN编号：7810683551

出版时间：2001-9-1

出版时间：云南大学出版社

作者：（美）特里斯

页数：530页,(16)页图版

字数：680000

译者：张红霞

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>

<<广告与销售战略>>

内容概要

为了在风云变幻莫测的市场上与对手竞争，越来越多的公司开始运用新的富有创造力的销售战略。本书是作者六年来在南加州大学教学和研究的成果，本书理论严谨，案例丰富，侧重于销售和广告的关键手段，精选最新科研成果深入探讨当代最新案例，语言生动简洁、通俗易懂，初学者和具有专业知识背景者均可从中获益。

本书在设计策略时面向职业经理人，具有很强的实用价值。

<<广告与销售战略>>

书籍目录

前言论点主要特点篇章结构专题范围辅助材料致谢第一部分 简介：广告与销售促进第一章 作为战略决策的广告与销售促进的发展第二章 促销的法规环境第三章 广告公司和创意过程第二部分 沟通策略第四章 说服第五章 如何引起和保持消费者的注意第六章 用信息和论证说服第七章 情感说服：戏剧、幽默及音乐的运用第八章 运用代言人来说服第三部分 销售促进策略第九章 销售促进概述第十章 零售促销第十一章 贸易促销第十二章 消费者促销第四部分 广告与销售促进策划第十三章 为广告和销售促进设定目标第十四章 广告效果的检验第十五章 大众媒体策划第十六章 直接媒体策划第十七章 预算：确定促销费用水平和时间安排第十八章 广告与销售促进的整合策略词汇表

<<广告与销售战略>>

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>