第一图书网, tushu007.com

<<营销传播策略与经营>>

图书基本信息

书名：<<营销传播策略与经营>>

13位ISBN编号：9787811120998

10位ISBN编号：7811120992

出版时间：2006-3-1

出版时间：云南大学出版社

作者：张宇丹、单晓红

页数：415

字数：460000

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

内容概要

我们已经进入一个专业细分与整合共谋的时代。
就广告而言，那种单体运作的情形似乎风光不再。
是哪，若干年前靠一个广告独领风骚已成为一种迟暮的美好回忆，过去以百万投入便可赢得的轰动效应已成为一道远去的绚丽风景。
“还有人看广告吗？
”“广告还能走多远？
”“广告已经衰落！
”曾经势不可挡的广告遭遇到了前所未有的质疑。
其实，不是广告衰落了，而是市场兴盛了，是营销环境变了，是传播环境变了。
而且，营销与传播的整合已成势所必然，营销亦传播，传播即营销。
于是，给研究生开设的学位课便与时俱进地改为了《营销传播研究》。
营销传播的知识描述、学理阐释与大量中外营销传播的经典案例剖析相互印证，彼此整合，以提高人们对现代生活中的营销传播——策略与经营的感性认识。
本书系统的介绍了营销传播的基本原理、营销传播的广告策略、营销传播的经营形态等内容。

<<营销传播策略与经营>>

书籍目录

一、请注意消费者——营销传播的基本原理　1?营销界　　生产与交换　　产品与品牌　　顾客与市场　　推销与营销　2?传播界　　传播与宣传　　广告与公关　　注意力与影响力　3?营销传播界　　整合　　整合营销传播二、用一种声音去说——营销传播的广告策略　1?广告策划　　市场策略　　产品策略　　媒介策略　　评估策略　2?广告创意　　创意原则　　创意方法　　创意类型　　创意法则　3?广告心理　　注意与信息　　注意与兴趣　　刺激与反应　　模仿与认同　　记忆与低关心度　　态度与改变　　使用与满足　　流行与广告三、戏法人人会变——营销传播的经营形态　1?品牌营销传播　　品牌　　品牌营销　　品牌营销传播　2?情感营销传播　　新经济？心经济！　　天时、地利、人和：情感营销应运而生　　情感营销传播：不是没来由地煽情　　情感营销的情感途径　3?娱乐营销传播　　娱乐经济时代的产物　　定义及特征　　纵横江湖的武器　　将娱乐元素注入营销传播的各个环节　　娱乐营销传播：用快乐生产金钱　4?口碑营销传播　　口碑营销传播与人际传播　　“人情”的营销价值　　口碑营销传播的营销优势　　口碑营销传播的管理　5?事件营销传播　　事件营销传播的背景成因　　事件营销传播的主要特点　　事件营销传播的运作原则　　事件营销传播的策动技巧　6?体验营销传播　　体验经济　　体验营销传播　　体验营销传播的理论视角　　体验营销传播的诉求点　7?文化营销传播　　文化营销传播的基本概念　　文化营销传播的认知基础　　文化营销传播的定位技巧　　文化营销传播的建构途径　　文化营销传播的运作策略　　8?注意力营销传播　　注意力经济　　注意力营销传播　　注意力营销传播的管理　9?植入式营销传播　　植入式营销传播的兴起　　植入式营销传播的概念　　植入式营销传播的类型　　植入式营销传播的利弊　　植入式营销传播的发展前景参考文献后记

第一图书网, tushu007.com

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