

<<文化产业营销与管理>>

图书基本信息

书名：<<文化产业营销与管理>>

13位ISBN编号：9787208042049

10位ISBN编号：7208042047

出版时间：2002-6

出版时间：上海人民出版社

作者：科尔伯特(Colbert F.)

页数：449

译者：高福进

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>

## <<文化产业营销与管理>>

### 内容概要

《文化产业营销与管理》的写作主要是面向所有文化企业的经营者——无论这些企业是大还是小，是国内的还是国外的，也不管是文化产业的部门还是创智公司，是盈利性的还是非盈利的。除此之外，《文化产业营销与管理》提出了基本的营销理念，讨论了这些理念在传统营销实践中是如何应用的。

更为重要的是，《文化产业营销与管理》着重讨论了这些理念在传统营销实践中是如何应用的。更为重要的是，《文化产业营销与管理》着重讨论了这些营销理念是如何在具体的文化、艺术领域里发挥作用的。

再版的《文化产业营销与管理》提供了以下新增加的内容：注重国际化、市场化，提供了更多国家的范例，集中论述了赞助内容，增加了更多的参考资料。这些新增加的知识将有助于文化产品营销人员在实践中得到启示，因为《文化产业营销与管理》他们提供了一个完整的计划框架，这一理论框架将使他们在分析市场行为过程中更好地为未来的发展进行筹划。

## 作者简介

弗朗索瓦·科尔伯特（Francois Colbert），加拿大蒙特利尔大学高等商业学院艺术管理系主任，文化市场专业的终身教授，工商管理硕士。他是“国际艺术与文化管理协会”主席，同时兼任《国际艺术管理》杂志社的主编；他还是许多国际艺术管理领域及组织的顾问，他与许多合作者出版了大量有关文化产业管理方面的理论性和实用性的专著。

科尔伯特教授积极投身于艺术和文化领域的活动已有25年。除任职文化管理顾问工作以外，他在许多的影响的文化活动中担任组织和指导工作，为加拿大艺术委员会艺术团，加拿大芭蕾舞团、TeLe-Quebec和sans fil歌剧院工作。他发表了一百多篇有关艺术管理的文章并参与了世界各地为数众多的研讨会。

书籍目录

致谢序言中译本序译序第1章 刚刚逝去的世纪遗产：文化产业和市场营销目标提要1.1 文化与艺术产品1.2 市场营销的演化1.3 文化艺术产品的营销1.4 营销模式1.5 营销模式诸要素小结问题参考文献第2章 文化产品——新世纪的宠儿目标提要2.1 产品2.2 产品的生命周期2.3 设计新产品小结问题参考文献第3章 凝聚点——火热的战场：文化市场目标提要3.1 市场3.2 市场需求3.3 市场与竞争3.4 市场与宏观环境的变量小结问题参考文献附录第4章 双刃利剑——消费者行为变量目标提要4.1 个人-产品-环境：三大基本要素4.2 动机4.3 个体变量4.4 主要消费决策过程4.5 环境变量4.6 信息处理4.7 结论小结问题参考文献第5章 “诱敌深入”：市场细分和定位目标提要5.1 市场细分的作用5.2 市场研究与细分5.3 定义细分市场5.4 市场细分的方法5.5 细分市场功能描述5.6 营销定位小结问题参考文献第6章 知己知彼：如何应对瞬息万变的价格目标提要6.1 定义6.2 定价6.3 成本核算与盈利6.4 政府与赞助商的财政支持6.5 弹性价格6.6 价格与市场细分6.7 定价策略6.8 巴摩尔原理小结问题参考文献第7章 攻其不备：分销变量目标提要7.1 定义7.2 分销渠道7.3 分销战略7.4 物流7.5 商业区域小结问题参考文献第8章 随机应变：促销艺术及其变量目标提要8.1 定义8.2 促销手段8.3 促销的作用8.4 促销方式的选择8.5 信息接收者8.6 沟通方案8.7 赞助（本部分由J·丹尼斯·里希执笔）小结问题第9章 步步为营：文化艺术产品流通的血脉——营销信息系统目标提要9.1 内部数据信息9.2 二手数据信息9.3 原始数据信息9.4 描述性调查包含的步骤小结问题参考文献第10章 游刃有余：市场推进的计划与管理目标提要10.1 营销对实现公司整体目标的意义10.2 营销方案的制订10.3 战略10.4 管理小结问题参考文献结语参考资料后记

## <<文化产业营销与管理>>

### 编辑推荐

《文化产业营销与管理》将无疑是任何相关人员掌握文化产业领域营销知识有益的工具书。  
《文化产业营销与管理》将大大有助于读者熟悉艺术产品营销战略的独特性。  
《文化产业营销与管理》不仅对文化产品营销人员是一部宝贵的指导书，同时也非常适合于公共管理部门的人员、负责赞助事务的私有企业的经理、营销学业的学生以及服务行业的各类人员。

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>