

<<策划学>>

图书基本信息

书名：<<策划学>>

13位ISBN编号：9787300068916

10位ISBN编号：730006891X

出版时间：2005-10

出版时间：中国人民大学出版社

作者：吴黎

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>

<<策划学>>

内容概要

体现中国学者原创，绝非抄袭：本书在实践操作和理论创新等很多方面已经超过了国内外同类书籍。

引领经管类著作潮流：本书在深入阐述理论的同时引用了大量的案例，这正是目前世界经管类著作发展的潮流和方向--理论与案例相结合。

撰文、构思独特：本书在撰文或构思过程中尽量保持自己的风格，不与国内外的书籍雷同。并在撰文或构思上努力，尽力让读者产生阅读兴趣。

本书对策划学进行了专题研究，探讨了策划学的技巧、误区，并对一些成功的策划案例和一些失败的策划案例进行了系统研究，还解析了一些有争议的策划案例，揭示了策划过程中一些颇具规律性的东西，从而系统地构建起了策划学。

书中很多观点是由作者第一次提出或者第一次作为理论归纳总结的，并在写作过程中结合了大量案例来讲述和分析。

本书具有理论指导价值，其中很多阐述也具可操作性。本书的绝大多数案例都由作者亲自采访写作，绝不抄袭，并在撰文或构思过程中尽量保持自己的风格，不与国内外的同类书籍雷同。也正因如此，本书在实践操作和理论创新等很多方面已经超过了国内外同类书籍。

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>