

<<文化营销战略>>

图书基本信息

书名：<<文化营销战略>>

13位ISBN编号：9787300074696

10位ISBN编号：7300074693

出版时间：2006-9

出版单位：人民大学

作者：曹世潮

页数：135

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>

## <<文化营销战略>>

### 内容概要

为什么代表最新科技水平的电子产品价格在不断走低，而那些古老而陈旧的艺术品和事物却随着时间的推移价格在看涨？

无形的历史、景观、风俗和文化是否可以转换为现实的经济价值？

怎样的转化才能实现文化价值的最大化？

…… 本书是作者在文化咨询行业10多年从业经验的总结，凝聚了深厚的理论功底和丰富的实战经验。

作者从文化背景的演变——“心时代”的到来入手，分析了文化作为社会生活的背景在经济活动中所起的重要作用，并对一般产品和文化产品的营销差异和特点及其分析步骤，进行了透彻而精准的解释，包括如何确定文化消费的特性、文化营销法则、提升文化潜在的价值、如何充分表现文化的内涵，到给产品起一个颇具文化意味且符合市场需要的名字，以实现文化产品营销的“圆满”。

本书对如何将无形的文化资源转化为有形的商业价值给出了有说服力的答案。

本书适合于希望了解和探寻文化对于产品开发所具有潜在影响的企业家、政府机构管理者、文化产业咨询顾问和文化研究学者，以及各大专院校的市场营销、文化商业化等专业的教师和学生。同时也是对文化产业和文化营销感兴趣的广大读者必不可少的参考读物。

## <<文化营销战略>>

### 作者简介

曹世潮，文化学者、未来学家，上海德村文化研究所所长。

1979年始研究文化规律，先后创立文化竞争战略、文化产业发展战略、跨文化发展战略、世界文化发展战略。

在心系列方面著有《心时代——一个情感化的世界及其经济图景》、《心经济33条铁律》。

对国家、地区、产业、集团之间的战略竞争态势有深刻把握，可以精准、清晰、系统给出全球化背景下文化竞争的战略和途径。

著有《文化战略》和《第一竞争力——成就世界一流的文化战略》等。

对世界文化形势及其发展方向相当通透，对于人类的文化命运有深刻阐释。

<<文化营销战略>>

书籍目录

第1章 “心时代”的到来 物质消费时代的结束 情感需求泛滥 价值观、价值和价格发生了革命性的变化  
第2章 文化消极的特性 认同性 主观性 异质性 极端性  
第3章 文化营销法则 顺应文化 直指人心 绝对个性 厚利多销 营销节奏  
第4章 提升价值 天然的 历史的 独具的 意味的 擅长的  
第5章 充分表现 取一个好名字 创造一个互动的平台 给出一种极致的服务（产品） 讲故事 圆满  
参考书目

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>