

<<炒作致胜>>

图书基本信息

书名：<<炒作致胜>>

13位ISBN编号：9787543838611

10位ISBN编号：7543838613

出版时间：2005-1

出版时间：湖南人民出版社

作者：魏剑美

页数：317

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>

## <<炒作致胜>>

### 内容概要

也许你鄙视，也许你不服，但你却不得不面对现实：炒作正以它独特的魅力影响着人们的选择。这是一个得炒作者得天下的时代！

从某种意义上说，不懂得炒作就等于不懂得现代商业规则：不懂得炒作就没有未来可言！

炒作必须超越作秀，也就是说，炒作不仅仅要展示姿态，更重要的是提供可以传播的、具有良性品质和品牌扩张力的内容。

公众利益首先表现为公众获知正确信息的权利。  
制造和传播虚假新闻就是对公众知情权的侵害。

## <<炒作致胜>>

### 书籍目录

第一章 做那个会哭的孩子— 一个非炒不可的理由二 广告的式微三 超越作秀第二章 只有多赢，没有独胜— 学会享用免费的午餐二 要么讲述一个精彩的故事，要么精彩地讲述故事三 不可出卖的媒体利益和无法低估的公众智商四 恶意炒作与劣质炒作第三章 商品消费也即文化消费— 营造一个文化的场二 理念上永远领先一步第四章 卖那本让总统难以评价的书— 就是要制造事端二 空白处做成大文章三 说得好才是真的好第五章 美女也是生产力— 玩的就是心跳二 巧妙打个擦边球三 让绯闻激起窥探欲四 美女不是胡椒粉第六章 别人搭台我唱戏— 商业炒作的捷径二 商业攻击与反攻击第七章 并非没有底线的游戏— 仅有造名是不够的二 炒作炒的是新闻三 别把自己炒糊了第八章 化危为机— 与危机共舞，逃避不了的任务二 解决的基本原则与方法三 危机是攀求机遇的另一张楼梯后记附录主要参考书目

## <<炒作致胜>>

### 媒体关注与评论

炒作作为一门学问被提出来进行研究，事实上是一种非常难能可贵的商业精神。中国学者最缺乏的就是这样一种不为所谓传统观念羁绊的创新精神和商业勇气。

——北京思乐营销策划公司总监 谭今朝 我认为，《炒作致胜》是一本具有划时代意义的商业营销书籍。

它道破了目前商业界诸多无规划的潜规则，为混乱的营销江湖奠定了新秩序的基础。

炒作并非胡乱出牌，它出需要一定的牌理与技法。

——深圳龙之泉科技公司营销顾问 雷鸣 在广告费用和公关开支日益庞大的今天，借助新闻进行炒作商实是行之有效的手段，是巧妙享受免费的午餐。

本书是现代企业营销人士不可多得的金钥匙。

——讯海网站董事长 苏进义 炒作在西文叫news operation。

其实已经是一个公开的商业运作秘密。

没有炒作，无论是NBA、意甲、英超还是好莱坞都不可能具有今天这样的影响和规模。

对商家而言，早已不是炒不炒的问题，而是如何炒、炒什么的问题。

——香港新经济投资公司高级分析员 凌可君 《炒作致胜》一书为我打开了新的视窗。

换一种思路，学会经营品牌，中国企业中也许就可以孕育出属于自己的微软和可口可乐。

——Cooper上海公司销售经理、经济学博士 任丛新

<<炒作致胜>>

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>