

<<整合营销>>

图书基本信息

书名：<<整合营销>>

13位ISBN编号：9787544602006

10位ISBN编号：7544602001

出版时间：2006-9

出版时间：上海外语教育出版社

作者：吴友富

页数：337

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>

<<整合营销>>

内容概要

经济全球化使现代营销在各个方面正发生着翻天覆地的变化。整合营销作为一种新兴的营销观念，已经从理论走向实践，并深刻地影响着现代营销的发展。

当前营销专家正致力于构建整合营销的理论体系。

本书旨在把整合营销这一前沿理论引入我国高校课程。

本书构筑了整合营销理论与操作体系，具有一定的前沿参考价值。

本书可作为高校企业管理、市场营销、公共关系专业研究生、本科生的教材或辅导材料，也可供广大企业管理者参考学习。

<<整合营销>>

书籍目录

第一章 面向21世纪的整合营销第一节 整合营销传播是现代营销发展的必然趋势第二节 整合营销传播的一般概念第三节 整合营销传播成功的基础第四节 整合营销传播需要进行必要的组织管理创新第五节 整合营销案例分析第二章 整合营销与市场营销第一节 营销的定义第二节 整合营销与整合营销传播第三节 服务产品的概念和特征第四节 产品品牌第五节 分销渠道第六节 整合营销传播第七节 评估和控制第八节 目标市场的反应第三章 整合营销与广告第一节 广告的定义第二节 广告的作用第三节 整合广告策划第四章 整合营销与促销第一节 促销的定义第二节 整合营销中的促销第三节 案例：整合营销与促销第四节 消费者促销第五节 贸易促销第六节 促销策划方案第五章 整合营销与公共关系第一节 公共关系第二节 市场营销中的公共关系第三节 媒体的公共关系第六章 整合营销与直复营销第一节 直复营销的相关概念第二节 直复营销兴起的原因与现代内涵第三节 直复营销策略选择第七章 整合营销与网络营销第一节 网络营销概述第二节 网络整合营销策略第三节 网络营销运行模式第八章 整合营销的战略思考第一节 整合营销需要整合的几个基本要素第二节 整合营销需要注意的几个重要环节第三节 整合营销需要思考的几个细节第四节 整合营销需要掌握的沟通技能第九章 案例选编一、政府公关二、事件营销三、营销公关四、网络营销、直销五、危机营销六、体育营销七、品牌营销八、社会公益九、整合营销

<<整合营销>>

编辑推荐

本书旨在把整合营销这一前沿理论引入我国高校课程。它构筑了整合营销理论与操作体系，具有一定的前沿参考价值。可作为高校企业管理、市场营销、公共关系专业研究生、本科生的教材或辅导材料，也可供广大企业管理者参考学习。

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>