第一图书网, tushu007.com

<<奥美的观点(2)>>

图书基本信息

书名：<<奥美的观点(2)>>

13位ISBN编号：9787801474063

10位ISBN编号：7801474066

出版时间：2000-10

出版时间：企业管理出版社

作者：宋秩铭 庄淑芬

页数：532

字数：362000

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

内容概要

《观点》（Viewpoint）是奥美整合传播集团通行全球的内部期刊。
多年来汇集奥美菁英的文思，为奥美广告建构了一套缜密的思考体系与价值观，同时也透显出奥美的独特文化与风格。
本书收录《观点》文章中的精华共计53篇，内容涵盖广告专业、奥美文化、创意、直效行销、品牌、媒体、消费者研究、公关、CIS以及整合行销，包含奥美在整合行销传播各领域的专业观点，正如以提供整合性行销传播自许的奥美为行销厂商演奏的和谐悦耳并响彻云霄的品牌乐章。

书籍目录

序；又见《奥美的观点》；第一篇 奥美文化； 1. 台湾奥美价值观； 2. 人本尊重——十一周年讲话； 3. 一个广告人专业的省思； 4. 当我们一起共舞时； 5. 一家公司——始于个人； 6. 一个资深公关人的自白； 7. 亚太奥美的新面貌； 8. 升任奥美集团董事长 庄淑芬继续落实品牌管理； 9. 建立一个Hi-touch & Hi-tech的奥美网络；第二篇 品牌； 10. 全球品牌之管理； 11. 中国名牌全球化之路； 12. 当品牌与虚实共舞时——谈网络商务对品牌管理的冲击； 13. 从品牌管家到企业传播； 14. 7-Eleven的品牌经营； 15. 品牌族谱规划——类别行销经理人的三大责任； 16. 零售通路品牌在哪里； 17. Bravo! A full house! ——从整合行销传播看表演艺术行销；第三篇 广告通论·广告专业； 18. 内心特立独行的业务企划； 19. 谈策略； 20. 如何开会； 21. 代理商面对的新挑战； 22. 负责到底的激发者； 23. 出走日；第四篇 创意； 24. 鬼才导演DAVID龚的传奇故事； 25. 记录奥美稀有动物的足迹；第五篇 行销·直效行销； 26. 行动电话的赤壁之战； 27. 要钓，就要钓大鱼； 28. 运动行销； 29. 顾客革命即将来临；第六篇 媒体·有线电视； 30. 有线电视专案企划“三赢”之道； 31. 有线电视——肯定为广告效果加分；第七篇 消费者的变化； 32. 新独立时代——单身贵族； 33. 从新的消费哲学看市场趋势； 34. 亚洲新势力； 35. 转换的年代，全新的世纪； 36. 探索“闷烧一族”的内心世界——亚洲妇女深层调查；第八篇 公关； 37. 危机如何“管理”； 38. 中国大陆的公关市场商机； 39. 媒体报道发展策略； 40. 走过从前看公关； 41. IBM深蓝团队来访幕后故事大公开； 42. 企业面对西元两千年行销新趋势分享“统一欢乐年”； 43. 超级好朋友就是我； 44. 奥美公关相信之Workplace Performance；第九篇 CIS企业形象； 45. 我是谁； 46. 企业形象调查；第十篇 数位时代·网络行销； 47. 新行销时代的来临？
48. 我是消费者，消费者却不一定是我； 49. 互联网，这是什么？
50. 访李建复谈网络行销； 51. 网站设计专用小补丸； 52. 互动行销； 53. IBM及其电子商业策略——真的那么显而易见吗？
我的奥美书缘——代编者后记

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