

<<广告公司的经营与管理>>

图书基本信息

书名：<<广告公司的经营与管理>>

13位ISBN编号：9787801554512

10位ISBN编号：7801554515

出版时间：2002-9

出版单位：国际文化出版公司

作者：何海明

页数：358

字数：223000

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>

<<广告公司的经营与管理>>

内容概要

本书是我国第一部关于广告公司经营与管理的专著，为广告公司经营与管理者提供了理论和实际操作方法的全面指引。

1997在第一版发行后，本书被广泛选作大专院校的广告及相关专业教材，并成为国内众多广告公司进行相关培训的首选教材，其专业性和可操作性受到高度称赞。

再版过程中，作者根据近年来参与广告公司经营管理的感受和思考，注入了最新的管理思想和方式方法，并对原有案例进行了相应修改，进一步突出了本书的实践性和指导性。

全书以广告公司的经营管理为中心，从公司的定位到人员的配备和管理，从公司内部关系的处理与客户关系的处理；从事务管理到财务管理；从业务计划的制定到公司的动作流程，多角度，多层次地对广告公司经营管理中的策略和实务进行了探讨和分析。

书中案例，或者是作者多年从业实践中的所见所闻，或者是深入广告公司内部进行长期考察所得，具有极大的代表性和可借鉴性。

<<广告公司的经营与管理>>

作者简介

何海明，北京广播学院广告学硕士，中国人民大学传播学博士研究生，曾任北京未来广告公司副总经理，现为中央电视台广告部推广科客户总监。

<<广告公司的经营与管理>>

书籍目录

让理想慢慢长大——代《龙媒广告选书》总序第一章 广告公司概况 第一节 广告公司的发展历史 第二节 广告公司的经营模式第二章 广告公司的外部环境 第一节 广告主 第二节 广告媒介 第三节 政府和法规 第四节 行业协会和辅助机构第三章 广告公司的定位 第一节 广告公司的定位和定位中的问题 第二节 广告公司定位的方法 第三节 广告公司的宗旨 附录 第四章 广告公司的业务计划第五章 广告公司的组织第六章 广告公司的人员配备和管理第七章 广告公司的运作流程（一）第八章 广告公司的运作流程（一）第九章 广告公司的发展第十章 广告公司与客户的关系第十一章 广告公司的财务管理第十二章 广告公司的事务管理第十三章 公司的其他管理问题第十四章 如何成为一个好的公司经理总附录参考书目

<<广告公司的经营与管理>>

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>