

<<破解营销之谜>>

图书基本信息

书名：<<破解营销之谜>>

13位ISBN编号：9787806772171

10位ISBN编号：7806772170

出版时间：2002-8-1

出版时间：广东经济出版社

作者：朱玉童

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>

## <<破解营销之谜>>

### 内容概要

《破解营销之谜：采纳公司营销策划实战案例集》主要包括整合营销策划全案、新品牌建立与传播个案、广告、公关促销策划案等内容。

## <<破解营销之谜>>

### 作者简介

朱玉童 毕业于上海华东师范大学，现任深圳市采纳营销策划有限公司、深圳市贤良广告有限公司总经理，中国策划研究院研究员，资深策划人，营销实战专家。

《销售与市场》杂志社顾问，《广告导报》理事，《成功营销》品牌总策划，全国广告人上岗系列教材编委。

先后主持了小鸭集团、孔府宴集团、丰田汽车经销权、香港德信行、奥林饮料、长城干红、万泽医药、健力宝、美菱等数十家企业的营销策划，创造了益生堂、阿净嫂、伊美堂、老掌柜等品牌。

2000年，朱玉童先生被评为“中国十大策划专家”，其“益生堂三蛇胆”策划个案荣获“中国十大策划案例”金奖，被《中国策划》杂志评为“中国最具影响力的杰出策划人”，2001年被《成功营销》杂志评为“2001年中国最具影响的十大营销人”，并荣获“深圳市十大金牌顾问”称号，2002年被评为“中国营销十大风云人物”。

## <<破解营销之谜>>

### 书籍目录

序一 破解营销“X”之谜  
序二 采纳全营销模式  
第一篇 整合营销策划全案  
家电及移动通信营销策划案例  
日化管营销策划案例  
服务业营销策划案例  
食品、饮料、保健品营销策划案例  
附美国的整合营销传播实践  
第二篇 新品牌建立与传播个案  
酒类品牌建立与整合传播个案  
日化产品牌建立与整合传播个案  
医药产品品牌个案  
附整合营销传播的个性、层次与方法  
第三篇 广告、公关促销策划案

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>