

<<广告公司经营与管理>>

图书基本信息

书名：<<广告公司经营与管理>>

13位ISBN编号：9787810933933

10位ISBN编号：7810933930

出版时间：2006-8

出版时间：合肥工业大学出版社

作者：黎泽潮

页数：291

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>

<<广告公司经营与管理>>

内容概要

《广告公司经营与管理》主要介绍了广告公司经营与管理的内涵、广告公司的经营伦理、广告公司的经营机制等内容。

<<广告公司经营与管理>>

书籍目录

第一章 广告公司经营与管理的内涵 第一节 广告公司经营与管理的概念界定 第二节 广告公司经营与管理的现状分析 第三节 广告公司经营与管理的研究框架第二章 广告公司的经营伦理 第一节 广告经营伦理的社会作用 第二节 广告经营伦理的影响因素 第三节 广告经营伦理的失范分析第三章 广告公司的经营机制 第一节 广告代理制度的发展 第二节 广告代理制度的内涵 第三节 广告代理制度的趋势第四章 广告公司的经营业务 第一节 广告公司的业务内容 第二节 广告公司的核心能力 第三节 广告公司的赢利模式第五章 广告公司的经营战略 第一节 广告公司的经营市场 第二节 广告公司的经营环境 第三节 广告公司的经营战略第六章 广告公司的管理架构 第一节 广告公司的组织机构 第二节 广告公司的组织整合 第三节 广告公司的组织权力第七章 广告公司的客户管理 第一节 广告公司的客户识别 第二节 广告公司的客户开发 第三节 广告公司的客户维系第八章 广告公司的财务管理 第一节 广告公司的成本管理 第二节 广告公司应收账款管理 第三节 广告公司的利润管理第九章 广告公司的文化管理 第一节 广告公司文化管理的缘起 第二节 广告公司文化管理的内涵 第三节 广告公司文化管理的措施第十章 广告公司经营与管理新趋势 第一节 新理念呼唤广告公司新部门 第二节 新媒体催生广告经营新业务 第三节 新时代要求广告管理新模式附录 广告经营管理法规 第一部分 关于广告经营审查的法规 第二部分 关于广告经营资质的法规 第三部分 关于广告服务收费的法规 第四部分 关于广告检测审查的法规 第五部分 关于公益广告的法规 第六部分 关于合同示范文本和档案管理的法规后记

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>