

《文化市场与营销》

图书基本信息

书名：《文化市场与营销》

13位ISBN编号：9787208048980

10位ISBN编号：7208048983

出版时间：2003-11-1

出版社：第1版 (2003年11月1日)

作者：方明光

页数：332

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《文化市场与营销》

内容概要

《文化市场与营销》重点放在研究文化市场和文化产品的市场营销上，为把握文化市场规律，洞悉文化市场营销机制，提供理论上的依据和运作上的方法。《文化市场与营销》可以作为大专院校相关专业的教材，也可供文化产业从业人员阅读参考。

书籍目录

- 第一章 导论
- 第二章 文化市场的营销环境
- 第三章 文化消费者的行为分析
- 第四章 文化市场营销调查
- 第五章 文化市场需求衡量和预测
- 第六章 文化市场的细分及目标市场的定位
- 第七章 文化产品营销的目标和战略
- 第八章 文化产品营销策略之一:开发新产品
- 第九章 文化产品营销策略之二:制定价格
- 第十章 文化产品营销策略之三:开辟分销渠道
- 第十一章 文化产品促销策略
- 第十二章 文化产品进入国际市场
- 后记

《文化市场与营销》

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：www.tushu000.com