

《整合营销传播战略管理》

图书基本信息

书名：《整合营销传播战略管理》

13位ISBN编号：9787302311416

10位ISBN编号：7302311412

出版时间：2013-3

出版社：清华大学出版社

作者：申光龙

页数：199

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

《整合营销传播战略管理》

内容概要

申光龙编著的《整合营销传播战略管理》首先对整合营销传播的相关内容进行概述，阐述了整合营销传播战略的主体和客体——营销传播管理者和利害关系者，并通过对国内外整合营销传播的研究与实践现状进行分析，明确了整合营销传播理论的必要性和重要性。然后对整合营销传播战略模式的建立过程、整合营销传播组织结构的设计内容及其应用、整合营销传播战术的建立过程、整合营销传播战略的主要媒介进行了详细的分析。最后进一步探讨了全球整合营销传播、互动整合营销传播及服务整合营销传播等方面的发展趋势。

《整合营销传播战略管理》可作为高等院校相关专业的授课教材，也可作为该领域研究者的参考用书。

《整合营销传播战略管理》

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:www.tushu000.com