第一图书网, tushu007.com

<<汽车广告.公关战>>

图书基本信息

书名：<<汽车广告.公关战>>

13位ISBN编号：9787111223467

10位ISBN编号：7111223462

出版时间：2007-10

出版时间：机械工业出版社

作者：贾昌荣

页数：208

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

第一图书网, tushu007.com

<<汽车广告.公关战>>

内容概要

《汽车广告：公关战》是知名实战营销专家贾昌荣的最新力作。
本书分为汽车广告战和汽车公关战两篇。
在汽车广告战一篇中，作者对广告预算、隐性广告、软性传播、网络广告、媒体组合、服务广告等方面进行了深度解读，并列举大量实例，提出了实际操作要点。
在汽车公关战一篇中，作者从政府公关、网络公关、代言营销、危机公关等方面，回答了汽车企业应如何进行有效的公关活动的问题，并对典型案例的具体操作进行了解读。
《汽车广告：公关战》引用了大量极具代表性的典型广告公关案例，具有实用性、实战性和实效性，是指导汽车企业打赢汽车广告公关战的必备工具书。
《汽车广告：公关战》适合汽车厂商和经销商各类组织中的中层以上管理者、广告公关公司从业人员，以及企业咨询人员阅读，也可供高校MBA学员、工商管理及市场营销专业师生等汽车营销研究人员参考。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

贾昌荣，实战营销咨询策划专家，中国企业十大策划师，中国企业十大最具魅力培训师，中国品牌研究院研究员，中国品牌文化发展研究中心专家，长春团市委青年创业导师，中国人大书报资料中心会员作者，多家网站特聘专家、培训师。

出版专著《营销就是为消费者造梦》、《转身看营销》、《新营销主张》、《新品牌主张》、《新渠道主张》、《服务营销战》等6部；在《中国经营报》、《销售与市场》、《经理人》等50余家媒体发表文章300多篇，超120万字；在中国营销传播网、中国管理传播网、博锐管理在线等80余家网站开设专家专栏。

现为授之渔营销顾问机构首席顾问，为企业提供咨询策划、品牌规划管理、视觉形象设计、营销及管理实务培训等服务。

第一图书网, tushu007.com

<<汽车广告.公关战>>

书籍目录

序第1篇 汽车广告战第1章 广告营销——撬动车市的动力引擎第2章 广告促销——做恰到好处的促销预算第3章 汽车广告——寻找最佳的广告主张第4章 品牌个性——广告差异化的最大做点第5章 隐性广告——日益走红的传播模式第6章 软性传播——威力“润物细无声”第7章 网络广告——线上传播新势力第8章 媒体组合一影响广告效果的“另一半”第9章 服务广告——后市场时代的传播策略第10章 广告传播——要“吃透”汽车产品第2篇 汽车公关战第11章 把握公关——汽车厂商的公关化生存第12章 政府公关——为市场空间而战第13章 网络公关——e时代的公关魔力第14章 事件营销——品牌传播的扬声器第15章 文化营销——用文化“陶醉”消费者第16章 代言营销——要正确“使用”代言人第17章 公益营销——做好事也要留名第18章 赞助营销——在“奉献”中首获战果第19章 体育营销——汽车在运动中闪光第20章 危机公关——救企业于“水火”之中

第一图书网, tushu007.com

<<汽车广告.公关战>>

编辑推荐

《汽车广告·公关战》是知名实战营销专家贾昌荣的最新力作。
本书分为汽车广告战和汽车公关战两篇。
在汽车广告战一篇中，作者对广告预算、隐性广告、软性传播、网络广告、媒体组合、服务广告等方面进行了深度解读，并列举大量实例，提出了实际操作要点。
在汽车公关战一篇中，作者从政府公关、网络公关、代言营销、危机公关等方面，回答了汽车企业应如何进行有效的公关活动的问题，并对典型案例的具体操作进行了解读。

本书引用了大量极具代表性的典型广告公关案例，具有实用性、实战性和实效性，是指导汽车企业打赢汽车广告公关战的必备工具书。

本书适合汽车厂商和经销商各类组织中的中层以上管理者、广告公关公司从业人员，以及企业咨询人员阅读，也可供高校MBA学员、工商管理及市场营销专业师生等汽车营销研究人员参考。

第一图书网, tushu007.com

<<汽车广告.公关战>>

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