

<<营销创新>>

图书基本信息

书名：<<营销创新>>

13位ISBN编号：9787302280620

10位ISBN编号：7302280622

出版时间：2012-3

出版时间：清华大学出版社

作者：谭昆智 编

页数：319

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>

## <<营销创新>>

### 内容概要

本书以市场营销学基本理论为指导，紧密结合营销的创新战略、市场导向、领导、文化、资源和体系及过程，对营销创新模式、整合营销、关系营销、体育营销、绿色营销、文化营销、心理营销、概念营销、事件营销、破坏性营销、网络营销和手机营销等进行了系统的阐述。本书每章章末穿插的原创案例，是作者为帮助读者加深理解以当前营销热点为素材编写的。

本书内容丰富、体例得当、语言生动、通俗易懂，集科学性、趣味性和可操作性为一体，强调营销的文化精神、创新理念，有较大的实用价值。

本书可作为大中专院校市场营销学、传播学、公共关系学专业的教材，也可作为公共关系和市场营销从业人员的参考书。

## &lt;&lt;营销创新&gt;&gt;

## 书籍目录

## 第一章 营销创新模式

第一节 营销创新模式研究现状

第二节 营销创新原则与能力

第三节 营销创新模式与选择

第四节 营销创新模式原创案例：动感地带赢得新一代

## 第二章 整合营销

第一节 整合营销的概念和主题

第二节 整合营销的思路和规划

第三节 互联网时代的整合营销

第四节 整合营销原创案例：稀世宝矿泉水整合营销策划

## 第三章 关系营销

第一节 关系营销是21世纪营销新思维

第二节 关系营销的内涵

第三节 关系营销的策略

第四节 关系营销原创案例：谈“吃”论关系营销

## 第四章 体育营销

第一节 体育营销的概念

第二节 体育营销的策略

第三节 体育赞助

第四节 体育营销原创案例：阿迪达斯体育营销策划案

## 第五章 绿色营销

第一节 绿色营销时代已到来

第二节 绿色营销的特点和产品

第三节 渠道策略与促销

第四节 绿色营销原创案例：“生命之水”篇

## 第六章 文化营销

第一节 文化营销的概念

第二节 文化营销的作用和意义

第三节 有效文化营销的发展趋势

第四节 文化营销原创案例：广州市荔湾区“十三行文化节”策划方案

## 第七章 心理营销

第一节 心理营销的概念与管理

第二节 消费者心理需求与揣摩

第三节 征服人心与动态营销

第四节 心理营销原创案例：南方毅源酒店的心理营销

## 第八章 概念营销

第一节 概念营销的概念

第二节 概念营销的原则与功能

第三节 概念营销的实施

第四节 概念营销的应用

第五节 概念营销原创案例：fa自救体验园

## 第九章 事件营销

第一节 事件营销的概念

第二节 事件营销的优势与开展

第三节 事件营销发展的新趋势

## <<营销创新>>

第四节 事件营销原创案例

### 第十章 破坏性营销

第一节 破坏性营销的概念

第二节 破坏性营销的弱势法则

第三节 理解破坏性营销的误区

第四节 破坏性营销原创案例

### 第十一章 网络营销

第一节 网络营销的概念

第二节 网络营销成功的要素

第三节 深度营销

第四节 第五媒体推动营销移动化

第五节 网络营销原创案例：“十三行里的大富翁游戏”策划案

### 第十二章 手机营销

第一节 手机营销的类型与特点

第二节 新兴的营销方式

第三节 手机营销原创案例：五环绕粤，传递奥运

参考文献

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>