

<<品牌聚合传播>>

图书基本信息

书名：<<品牌聚合传播>>

13位ISBN编号：9787307064294

10位ISBN编号：7307064294

出版时间：1970-1

出版时间：武汉大学出版社

作者：舒咏平

页数：384

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>

<<品牌聚合传播>>

内容概要

《品牌聚合传播》根据现代市场与现代媒体环境的分析，指出“世界变平”、“社会断裂”、“媒体碎片化”的现实，以及品牌传播长尾化所带来的整聚性，并通过品牌寻找与传播聚合、细分市场与聚合需求、定位坚守与兼容、撬动市场、从“载具”起步、在灵感的空间提纯创意、神聚（张力文化的凝聚）、形聚（多元载具的结点）等多角度对品牌聚合传播的理论进行了系统的探索，并形成了独有的品牌聚合传播模式，使之成为结合市场实践的、可操作并具有创新色彩的理论工具。

<<品牌聚合传播>>

作者简介

舒咏平，安徽黄山人，先后就读于安徽师范大学与南京大学，现为华中科技大学新闻与信息传播学院副院长、教授、广告与品牌传播方向博士生导师。

存《中国社会科学》、《光明日报》、《现代传播》、《新闻大学》、《国际新闻界》、《现代广告》、《中同广告》、《食业研究》、《中国名牌》等学术报刊上发表论文一百余篇；出版《广告传播学》、《新媒体与广告互动传播》、《广告创意思维》等著作十余种。

同时作为学院派的广告与品牌传播专家，主持或参与长安汽车、沱牌曲酒、博弈实业、山工机械、中辰药业、傻子瓜子、波司登羽绒服、海澜服饰、德力西电器、华中电力、曲美家具、兴发食品、成亨食品、天目湖旅游等八十余家企业的品牌传播、发展战略、广告营销的策划咨询。

<<品牌聚合传播>>

书籍目录

第一章 弥散的生活与心智的聚焦第二章 品牌寻找与传播聚合第三章 细分市场与聚合需求第四章 定位
坚守与兼容第五章 撬动市场，从“载具”起步第六章 灵感空间与创意提纯第七章 神聚：张力文化只
有一个诉求第八章 形聚：多元媒体就一个结点第九章 互动：从销售终端到虚拟终端后记

<<品牌聚合传播>>

编辑推荐

《品牌聚合传播》是我国第一次从品牌传播的角度来对广告及营销进行系统探讨，具有开创性的学术价值；在体例上打破了传统学术著作沉闷表述的模式，就一些核心的问题，专题性地结合案例进行论述，与国际上的一些有影响的学术著作进行接轨，富有可读性。该书既适合企业品牌与营销经理、广告从业者、咨询策划人、品牌研究人员阅读，又可作为高校营销、广告专业的研究生教材。

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>