第一图书网, tushu007.com

<<营销传播经营实务>>

图书基本信息

书名：<<营销传播经营实务>>

13位ISBN编号：9787307094857

10位ISBN编号：7307094851

出版时间：2012-3

出版时间：武汉大学出版社

作者：夏晓鸣　等编著

页数：330

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

内容概要

《高等院校新闻传播学系列教材：营销传播经营实务》阐述了营销传播机构（主要是广告公司、公关公司、市场调查公司）以及媒介（主要是报社、杂志社、广播电台、电视台、网站等）的广告部门，通过向客户提供营销传播服务获取当齐利益的手段和策略，其中包括机构设置、业务运作、人事管理、财务管理等，此外也兼及上述公司或单位的客户，即企业自身营销传播活动的开展。
《高等院校新闻传播学系列教材：营销传播经营实务》内容涵盖了涉及营销传播经营的多种类型的公司和单位，其中公关公司和市场调查公司的经营，是在现有的营销和传播类书籍中很少提及的。
此外，网站的营销传播经营也有许多新数据、新材料、新观点。

<<营销传播经营实务>>

书籍目录

第一章 营销传播经营概述
　第一节 营销传播及其经营
　第二节 以策划制作为主的营销传播经营机构
　第三节 以信息发布为主的营销传播机构
　第四节 营销传播经营机构的服务对象和服务方式
　第五节 营销传播的合法经营
第二章 广告公司概况
　第一节 广告公司的类型
　第二节 广告公司的组织
　第三节 我国广告公司的历史和现状
第三章 广告公司的经营原则与战略
　第一节 广告公司的经营原则
　第二节 广告公司的定位
　第三节 广告公司的经营理念
第四章 广告公司的业务管理
　第一节 广告公司的业务开发
　第二节 广告公司的主要业务与管理
　第三节 广告公司的作业流程与管理
　第四节 广告公司的客户维系
第五章 广告公司的人事管理
　第一节 科学管理与激励理论的运用
　第二节 广告公司人员的聘用、培训与解聘
　第三节 广告公司人员的评估与激励
　第四节 广告公司人事管理的特点
第六章 广告公司的财务管理
　第一节 广告公司的收入
　第二节 广告公司的支出
　第三节 广告公司的财务控制
第七章 公关公司的经营与管理
　第一节 我国公关行业的历史与现状
　第二节 公关公司的功能与组织
　第三节 公关公司的业务运作与经营策略
第八章 市场调查公司的经营与管理
　第一节 我国市场调查公司的历史与现状
　第二节 我国市场调查公司的类型与结构
　第三节 市场调查公司的服务与定位
　第四节 调查方法和分析模型的运用与创新
　第五节 市场调查公司的项目管理与客户工作
　第六节 市场调查公司的人事管理
第九章 企业自身营销传播活动的开展
　第一节 企业的营销传播部门
　第二节 企业营销传播活动的运作
　第三节 企业营销传播预算
第十章 报社与杂志社的广告经营
　第一节 报纸与杂志广告的特点、类型和发展前景

第二节 报社与杂志社的广告组织、经营方式和经营环境
第三节 报社与杂志社的广告经营策略
第四节 报社与杂志社广告之外的营销传播经营
第十一章 广播电台的营销传播经营
第一节 广播广告的特点、经营环境与发展趋势
第二节 广播电台的广告经营
……
第十二章 电视台的营销传播经营
第十三章 网站的营销传播经营
后记

编辑推荐

营销传播活动是随着新媒介的产生和传播技术的进步而不断发展的，由于通信与交通的发达，商品市场不断扩大，企业之间的竞争日趋激烈，“酒好不怕巷子深”的时代已经不复存在，好产品也需要宣传，有时还更需要宣传，与目标消费者的沟通是企业营销成功的必由之路。

这就是夏晓鸣、夏颖、杨婷主编的《营销传播经营实务(高等院校新闻传播学系列教材)》。

第一图书网, tushu007.com

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