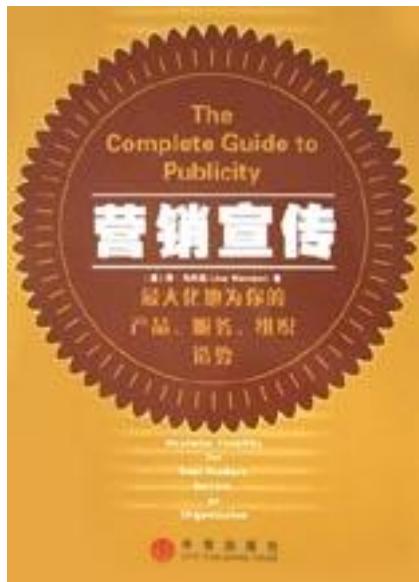


# 营销宣传



[营销宣传 下载链接1](#)

著者:乔·马科尼

出版者:中信出版社

出版时间:2003-11

装帧:平装(无盘)

isbn:9787800739880

本书全面论述了筹划、组织及成功实施一项营销宣传项目的所有重要方面，从深入理解媒体，召开记者招待会，到创造机会进行现场营销。无论是对于久经战阵的媒体老手，还是刚刚入行的公关新人，此书都是不可多得的进阶宝典。作者的目标之一是为那些需要筹划一次营销宣传的人们——小企业主、非营利机构、小的协会、个体服务提供者——提供建议。更主要的是为公关人士、营销宣传人员提供创造性提示和深刻的洞察力：怎样操作一个高效的营销宣传攻势；如何做，有哪些花费；如何设计，以及如何管理一个营销宣传项目。

作者介绍:

目录: 第一章 营销宣传：定义和特征

- 1 什么是营销宣传，什么不是营销宣传
- 2 营销宣传人员：道德、想像和精力
- 3 营销宣传：大市场计划的一部分
- 4 目标营销宣传：设定目标，制定计划
- 5 小结

## 第二章 形式和实体

- 1 营销宣传的准则
- 2 成本问题

.....

## 第三章 不同的手法：理解媒体

.....

## 第四章 创造机会

.....

## 第五章 巨大的期望

.....

## 第六章 来自该领域的笔记

.....

## 第七章 营销宣传一点通

.....

## 参考文献

• • • • • (收起)

[营销宣传 下载链接1](#)

## 标签

营销

行销

营销宣传

电影市场

公关

传播

marketing

MBA-市场推广

评论

---

[营销宣传](#) [下载链接1](#)

书评

---

[营销宣传](#) [下载链接1](#)