

# 新整合营销



[新整合营销\\_下载链接1](#)

著者:唐·舒尔茨

出版者:中国水利水电出版社

出版时间:2004-1

装帧:简裝本

isbn:9787508419923

《新整合营销(精)》讨论了整合营销传播对营销者、代理和媒体之间关系的影响以及整合营销传播如何改变报酬体系，以适应这三个组织基本关系的重新组合等内容。

作者介绍:

目录:

[新整合营销\\_下载链接1](#)

## 标签

营销

整合营销

商业

市场:营销

市场营销

整合营销传播

管理

经管

## 评论

悲剧的图书馆的书。。。。。丢的不知踪影 不要5倍赔啊。。

---

舒尔茨是一品牌大师， 整合营销第一人

---

整合营销的权威之作， 整合营销之父舒尔茨的开山之作， 学营销的不得不看

---

内容比较过时

-----  
对前面的补充

-----  
国外书籍。网络整合营销。

[新整合营销 下载链接1](#)

书评

[新整合营销 下载链接1](#)