

营销沟通



[营销沟通 下载链接1](#)

著者:希莫

出版者:北京大学出版社

出版时间:2004-3

装帧:平装

isbn:9787301066034

Shimp所著的《营销沟通——广告、促销及其他方面》(第6版)将营销沟通的各个方面整合在一起，是当前市场上的领先教材。本教材除了一如既往地强调经受过时间考验的IMC方法，还进行了重要的修订，以期反映该领域新的学术文献和实践方面的进展。本教材全面地讲述了广告和促销的基本知识，并把互联网对IMC的影响贯穿其中。互联网的问题完全融入在本教材的内容当中，可以更好地突出基本营销沟通概念和互联网作用二者之间的动态关系。

本教材适用于本科生、研究生、MBA的营销沟通课程。

作者介绍:

目录:

[营销沟通 下载链接1](#)

标签

管理

广告

我的广告群

商

lib

评论

[营销沟通_下载链接1](#)

书评

[营销沟通_下载链接1](#)