

大众娱乐大众



[大众娱乐大众_下载链接1](#)

著者:李发海

出版者:机械工业出版社

出版时间:2006-8

装帧:简装本

isbn:9787111196655

本书以当前炙手可热的“超级女声”

为切入点，通过湖南卫视台长等人的言论，向读者阐释了“超级女声”幕后蕴涵的营销新观点。本书结合叶茂中、朱玉童、袁岳等七位国内营销专家的观点和商业案例，提出以“大众娱乐大众”、“新媒体参与”等特征为前提的新娱乐营销理论，让众多企业意识到新娱乐营销的强大威力。

企业主、营销人、广告人可以从本书中找到新娱乐营销方法；营销专业师生可以通过本书看到现代市场的营销方向。

作者介绍:

目录:

[大众娱乐大众_下载链接1](#)

标签

营销

经管

新媒体

存在並傳播

娱乐营销

★状态

★6000计划

评论

过气书籍。

从超级女声入手分析娱乐营销,给人很多启发.但是书做得不太好,理论干巴巴的,案例也干巴巴的.整体还可以看一看

关于超级女生根本就没有深入的阐述! 讲了一堆有的没的不痛不痒的东西~总之关于超级女声和蒙牛当年的赞助细节和背后的故事完全没有涉及到! 我确实是被娱乐了~

[大众娱乐大众_下载链接1](#)

书评

[大众娱乐大众_下载链接1](#)