

整合行銷傳播-全方位理論架構與本土實務個案



[整合行銷傳播-全方位理論架構與本土實務個案 下載鏈接1](#)

著者:戴國良

出版者:五南圖書出版股份有限公司

出版時間:2015-3-15

裝幀:

isbn:9789571140216

整合行銷傳播自1990年代即被廣告公司及消費品公司所大量運用，其帶來的效益包括：品牌形象塑造、業績目標達成。所謂「整合行銷」，就是將各種與消費者溝通的手法

發揮整合的效應，亦即將所有品牌及企業訊息經過策略性規劃協調後，透過媒體、公關、促銷、活動、包裝、網路、訂價、通路等所有消費者可接受的傳播形式，全面統合起來。

作者以其十多年行銷企劃及執教經驗，提供豐富的實務案例，深入淺出闡述行銷管理的應用，為初學者紮下厚實的根基。

作者介紹:

戴國良

現職：世新大學傳播管理研究所專任副教授暨管理學院兼任副教授

企業界經營管理諮詢顧問

學歷：國立台灣大學商學研究所企管博士

國立台灣大學商學研究所企管碩士

國立政治大學企管學士

國家考試：

民國74年高考企管人員及格

民國71年普考財務行政人員及格

經歷：曾任職民間「策略規劃」及「行銷企劃」部門副總經理、策略長、首席顧問等16年實務資歷

著作：圖解策略管理

圖解財務管理

圖解人力資源管理

圖解管理學

圖解行銷學

圖解式成功撰寫行銷企劃案

定價管理

產品管理

促銷管理－實戰與本土案例

國際企業管理實務個案分析

企業管理實務個案分析

品牌行銷與管理

行銷學－精華理論與本土案例

行銷管理實務個案分析

企業管理－精華理論與本土案例

行銷企劃管理－理論與實務

策略管理－實務個案分析

整合行銷傳播－全方位理論架構與本土實務個案

財務管理－最新實務導向與本土企業案例

組織行為學－全方位理論架構與企業案例實戰

國際行銷管理－台商進軍國際市場寶典

目录:

[整合行銷傳播-全方位理論架構與本土實務個案_下載鏈接1](#)

标签

评论

[整合行銷傳播-全方位理論架構與本土實務個案_下載鏈接1](#)

书评

[整合行銷傳播-全方位理論架構與本土實務個案_下載鏈接1](#)