



整合营销传播 原理与实务

教客网 · 百万图书阅读与交易网站 (www.jiaoke.com)

《整合营销传播 原理与实务》是由黄鹂, 何西军编著的商品流通与市场图书, 由上海: 复旦大学出版社出版。教客网提供的图书交易、电子书在线阅读与PDF下载服务, 支持电脑、平板和手机多终端访问, 涵盖教材、教辅、文学、科技、艺术等多个领域, 是读者查找和收藏图书资源的实用平台。

书名	整合营销传播 原理与实务
作者	黄鹂, 何西军
出版社	上海: 复旦大学出版社
ISBN	9787309086300
出版日期	2012-03-01
页数	273

价格	
关键词	市场营销学-传播学-高等学校-教材
分类	商品流通与市场

图书介绍

本书系统梳理了营销传播理论的发展演变以及整合营销传播兴起的必然性。在此基础上对整合营销传播的工作流程、目标战略、战术运作进行了全面论述。整合营销传播通过构建并强化顾客与品牌之间的关系，实现品牌的提升，把以往对受众的简单诉求转变为与顾客的互动交流。与此同时，也改变了以广告为代表的、主要依赖大众媒体的单向传播方式。接触概念和接触点管理的引入，使营销传播在新的价值基础上形成全面整合。而数据库营销、直接营销、广告传播、环境展示、公共关系、销售促

本书出售、求购与在线阅读地址：<https://www.jiaoke.com/book/detail/13019646.html>

更多商品流通与市场图书推荐：首页：<https://www.jiaoke.com>
黄鹂, 何西军 其他作品：<https://www.jiaoke.com/book/detail/13019646.html>
上海：复旦大学出版社
出版图书：<https://www.jiaoke.com/book/detail/13019646.html>
关键词搜索：市场营销学-传播学-高等学校-教材：<https://www.jiaoke.com/book/detail/13019646.html>

教客网 提供大量电子书免费在线阅读与 PDF
下载服务，支持按书名、作者、出版社、ISBN、标签等多维度检索图书资源。