

<<整合营销传播战略管理>>

图书基本信息

书名：<<整合营销传播战略管理>>

13位ISBN编号：9787504717009

10位ISBN编号：7504717002

出版时间：2001-6-1

出版时间：中国财富出版社

作者：(韩国)申光龙著

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<整合营销传播战略管理>>

内容概要

本书是一部探索IMC理论及其方法的专著。

本书包括：整合营销传播的定义、理论框架，有关国家IMC的研究情况；整合营销传播战略管理的意义、研究目的和研究方法；企业传播的意义、内容、研究范围及主要类型；整合营销战略管理的对象和主体(利害关系者、营销传播管理、IMC机构)

<<整合营销传播战略管理>>

作者简介

申光龙，1963年5月28日生于韩国庆州市。

1988年获得韩国东国大学经营学士学位，1992年获得韩国启明大学经营硕士学位，1991年赴日本留学，进行市场营销学、广告学及管理学研究和日语的学习。

1993年到中国留学，在南开大学留学期间，以对整合营销传播（IMC: Integrated Marketing

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>