

《营销沟通》

图书基本信息

书名：《营销沟通》

13位ISBN编号：9787301066034

10位ISBN编号：7301066031

出版时间：2004-3

出版社：北京大学出版社

作者：希莫

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《营销沟通》

内容概要

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。

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：www.tushu111.com