

<<2007-2008年>>

图书基本信息

书名：<<2007-2008年>>

13位ISBN编号：9787509703922

10位ISBN编号：7509703921

出版时间：2008-11

出版时间：社会科学文献出版社

作者：黄升民 等著

页数：579

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>

<<2007-2008年>>

内容概要

本书不仅延续了前两本蓝皮书对传统的广告主线上、线下广告活动的研究，更开辟了近年来营销公关、危机公关、新媒体营销、终端营销等新的营销动态的相关专题内容，为业界一线人士更便捷且全面地消化、理解、吸收业界新的营销理论及策略提供了良好渠道。

作者在书中收录了近年来营销传播活动最为火热的金融、汽车等行业企业营销传播活动及手机无线广告、电影广告个案，通过对行业企业近年来营销传播活动的生动及立体展现，深入浅出概括中国营销趋势特征及策略变化。

<<2007-2008年>>

书籍目录

总报告 2007~2008广告主生态调查报告报告一 2007~2008热点行业广告主广告投放态势盘点及展望
报告二 数字改变未来报告三 2007~2008广告主新媒体运用研究报告报告四 本土汽车企业品牌传
播研究报告报告五 中国银行业品牌传播研究报告报告六 中国基金业广告主品牌传播研究报告报告
七 广告主品牌观念与品牌建设现状与趋势研究报告八 广告主终端品牌传播研究报告报告九 新豪
门盛宴报告十 广告主奥运营销传播运作研究报告报告十一 广告主手机广告运作报告报告十二 参
展商视角下的展览营销传播研究报告十三 新形势下企业公关活动运作全报告报告十四 企业产品/
服务危机传播策略研究报告报告十五 企业发言人在企业公关传播中的信息操控研究报告十六 广州
本田品牌传播成功案例研究报告十七 “好记星学习英语的好方法”品牌定位运动报告十八 山西醋
业广告主品牌传播考察报告十九 2006~2007广告主营销传播活动现状及问题研究报告报告二十
2006~2007广告主营销传播媒体环境及广告运作研究报告附件 专家访谈实录附件 广告主媒
体运作专业知识手册附件 媒体专有名词解释附件 媒体资讯手册

章节摘录

总报告2007~2008广告主生态调查报告 【报告解读四】 危机高温预警,管理亟待升级,叩醒激荡市场中的中国企业 2006年我国人均GDP为2042美元,根据2007年第三季度的数据预期,2007年的GDP也将在这个水准上维持并略有增加。

根据世界发展进程的规律,在社会发展序列谱上我国当前恰好对应着“非稳定状态”频发阶段,即在国家和地区人均GDP在500~3000美元的发展阶段,往往对应着人口、资源、环境、效率、公平等社会矛盾瓶颈约束最严重的时期,也往往是“经济容易失调、社会容易失序、心理容易失衡、社会伦理需要调整重建”的关键时期。

在这种背景下,长期坚守效率管理第一理念的中国的企业家们不得不进行管理升级,开始绩效管理 with 公关危机管理两条腿走路的新时代。

从2007年年度危机事件来看,有四大年度特点: 首先,产品质量危机仍然是广告主遭遇的危机主流,产品质量直接关系到消费者切身利益,是政府、媒体和消费者三方都非常敏感和重视的问题。

其二,特别值得关注的是,管理层面各种危机凸显当前中国市场中的企业管理升级困境。无论是西门子贿赂门的中国落地,娃哈哈与达能的并购纠纷,还是华为的7000人辞职风波,广告主在企业管理层面遭遇的各种危机成为2007年的一大关注点。

媒体舆论监督透明化、公正化和国家法规政策规范固然起到了有效作用,现代企业管理体制企业理念的建立仍将是企业发展深层次上的支撑。

竞争理念与经营管理制度的规范化建设与调整将成为中国企业发展面临的新瓶颈。

其三,从微观层面分析,媒体操控中的互联网媒体管理成为企业公关危机操控中的难题。随着互联网媒体的快速发展,互联网在成为企业公关传播有利媒体的同时也给企业带来新的困扰和挑战。

在调研走访过程中,很多企业都表示互联网由于缺乏相应的信息把关人,信息传播很难控制,企业身陷危机的几率大大提高。

.....

<<2007-2008年>>

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>