

《POD-小圈子·大社交》

书籍信息

版次：1

页数：

字数：

印刷时间：2012年12月01日

开本：大32开

纸张：胶版纸

包装：平装

是否套装：否

国际标准书号ISBN：9787115296818

编辑推荐

POD产品说明：1. 本产品为按需印刷（POD）图书，实行先付款，后印刷的流程。您在页面购买且完成支付后，订单转交出版社。出版社根据您的订单采用数字印刷的方式，单独为您印制该图书，属于定制产品。2. 按需印刷的图书装帧均为平装书（含原为精装的图书）。由于印刷工艺、彩墨的批次不同，颜色会与老版本略有差异，但通常会比老版本的颜色更准确。原书内容含彩图的，统一变成黑白图，原书含光盘的，统一无法提供光盘。3. 按需印刷的图书制作成本高于传统的单本成本，因此售价高于原书定价。4. 按需印刷的图书，出版社生产周期一般为15个工作日（特殊情况除外）。请您耐心等待。5. 按需印刷的图书，属于定制产品，不可取消订单，无质量问题不支持退货。

内容简介

《小圈子·大社交》以对社交网络和社交行为的*研究为基础，描述了如何与人们建立良好的关系，以及如何通过社交网络传播理念与品牌信息。内容涉及社交网络会怎样影响人，联系*密切的人为何会造成*的影响，关注朋友间相互联系的社交圈为何比关注极具影响力的人物更重要。《小圈子·大社交》观点新颖，内容贴近实际，不仅能为营销人员提供具有启示意义的参考，也适合普通大众阅读。

作者简介

Paul Adams毕业于爱尔兰国立艺术与科学学院工业设计专业，获得设计学士，并于2001年至2002年期就读于爱尔兰利莫瑞克大学交互设计专业获得理学硕士。曾就职于法国Faurecia(法国汽车零部件制造商)任汽车设计师，从事汽车座椅设计，后就职于英国戴森(英国工程技术创新公司)任产品设计师，从事电器设计，他参与设计出畅销日本的吸尘器，并组建戴森公司**支实地调研团队用以新概念的测试。后加入知名用户体验咨询公司Flow，带领用户体验咨询团队团队，从事各类用户体验研究与设计的项目执行，服务客户包括BBC、英国卫报、沃达丰、英国政府以及必发等知名英国公司。

目录

暂无相关内容

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.tushupdf.com](http://www.tushupdf.com)