

# Оглавление

Введение .....	10
<b>Часть первая. Партизанский подход.....</b>	<b>13</b>
Глава 1. Что такое партизанский маркетинг сегодня? .....	15
Глава 2. Потребность в партизанском маркетинге.....	24
Глава 3. Шестнадцать основополагающих секретов партизанского маркетинга.....	37
Глава 4. Разработка партизанского маркетингового плана .....	52
Глава 5. Разработка по-настоящему креативного маркетинга .....	68
Глава 6. Выбор наиболее действенных маркетинговых инструментов .....	79
Глава 7. Как сэкономить на маркетинге .....	95
Глава 8. Исследования: отправная точка партизанской маркетинговой кампании.	109
<b>Часть вторая. Маркетинг и мини-медиа.....</b>	<b>123</b>
Глава 9. Мини-медиа в партизанском маркетинге.....	125
<b>Часть третья. Маркетинг и макси-медиа.....</b>	<b>201</b>
Глава 10. Макси-медиа в партизанском маркетинге .....	203
<b>Часть четвертая. Маркетинг и новые виды медиа .....</b>	<b>267</b>
Глава 11. Электронные медиа в партизанском маркетинге.....	269
Глава 12. Информационные медиа в партизанском маркетинге.....	313
Глава 13. «Живые» медиа в партизанском маркетинге.....	330
Глава 14. Маркетинг без медиа .....	347
<b>Часть пятая. Суть партизана.....</b>	<b>373</b>
Глава 15. Атрибуты партизанской компании .....	375
Глава 16. Боевой настрой партизана.....	393
Глава 17. Психология партизанского маркетинга .....	402
<b>Приложение</b>	
<b>Двести видов оружия партизанского маркетинга.....</b>	<b>407</b>
От автора .....	413
Предметно-именной указатель .....	415