

<<服装广告>>

图书基本信息

书名：<<服装广告>>

13位ISBN编号：9787040304145

10位ISBN编号：7040304147

出版时间：2011-6

出版时间：高等教育出版社

作者：吴郑宏

页数：183

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>

<<服装广告>>

内容概要

《服装广告》是中等职业教育服装类专业国家规划教材配套教学用书。

《服装广告》共有九个项目，内容包括认识服装广告、了解服装广告组织、服装广告调研、服装广告的策划与预算、服装广告策略、服装广告创意、服装广告的创作与制作、服装广告的媒体运用、服装广告的管理与规则等。

《服装广告》除了可作为中等职业学校服装类专业教材外，也可作为服装市场营销推广者的自学用书。

<<服装广告>>

书籍目录

项目一 认识服装广告 任务一 服装广告的内涵与构成 任务二 服装广告的作用与类型 任务三 服装广告的产生与发展 项目二 了解服装广告组织 任务一 服装企业广告组织 任务二 专业广告组织 任务三 媒体广告组织 任务四 服装广告的相关团体组织 项目三 服装广告调研 任务一 服装广告调研的基本内容 任务二 服装广告调研的流程 任务三 服装广告调研的方法和技巧 项目四 服装广告的策划与预算 任务一 服装广告策划的含义及特性 任务二 服装广告策划的程序 任务三 服装广告计划与预算 项目五 服装广告策略 任务一 服装广告的产品策略 任务二 服装广告的市场策略 任务三 服装广告的品牌形象与代言策略 任务四 服装广告的媒体策略 任务五 服装广告的实施策略 项目六 服装广告创意 任务一 服装广告创意的内涵和要求 任务二 广告创意的过程 任务三 广告创意的方法 项目七 服装广告的创作与制作 任务一 服装广告文案 任务二 服装广告绘画 任务三 服装广告摄影艺术 任务四 平面服装广告制作实务 任务五 听觉与视听觉类服装广告 项目八 服装广告的媒体运用 任务一 认识服装广告媒体 任务二 主要服装广告媒体的特点 任务三 服装广告媒体的计划 项目九 服装广告的管理与规则 任务一 广告管理概述 任务二 服装广告管理的内容 参考文献

<<服装广告>>

章节摘录

(三) 沟通产销、促进商品销售 在现代化的社会化大生产中,生产和流通是生产过程中的两个相辅相成的要素。

服装企业生产出来的产品,只有通过流通领域才能够进入消费阶段,实现其使用价值。

服装广告在沟通产销渠道、疏通产供销关系上,起着桥梁作用。

市场经济的发展,已经完全打破了地域界限,整个市场变得完全开放,现在的广告已成为工商企业加速商品流通和扩大商品销售的有效工具,被誉为“运用先进媒体的超级推销巨人”。

我国幅员辽阔,人口众多,是一个相当广阔的消费市场,因此,服装广告宣传对于沟通城乡市场,加速服装商品流通有着十分重要的意义。

服装广告的作用,不仅在于巩固市场、提高市场占有率,而且还能在创造需求的基础上,开辟新的市场。

(四) 鼓励竞争、促进生产经营与管理 由于服装广告宣传具有明确的针对性诉求,并且需要对广大消费者进行说服,因此,在广告活动中,必须明确地宣传服装产品的生产厂家、品牌、商标等,同时还必须充分强调所宣传的产品特点和优于同类产品之处,以激发消费者的注意和兴趣,促进消费者对品牌的忠诚度。

这样,服装广告宣传就成了企业之间开展产品竞争、争夺市场的手段,同时,也刺激和促进了生产厂家和企业提高生产能力、改善经营管理。

广告对企业的促进作用,首先在于促进产品质量的提高。

由于广告宣传可以收集到用户和消费者的意见,从而要求企业生产出适销对路、品质优良的产品,以提高市场占有率。

其次在企业产品质量达到相当高水平之后,为了扩大其产品的市场占有率或开辟新的产品市场,以获取更大的经济利益,就要扩大企业的生产规模,提高生产能力。

同时,由于价值规律的调节作用,为了提高产品竞争力,还必须使产品有一个合理的竞争价格。

.....

<<服装广告>>

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>