

<<广告原理与实务>>

图书基本信息

书名：<<广告原理与实务>>

13位ISBN编号：9787040316360

10位ISBN编号：7040316366

出版时间：2011-4

出版时间：高等教育出版社

作者：王宏伟，芦阳 编

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>

<<广告原理与实务>>

内容概要

《广告原理与实务（第2版）》共9章，主要内容分为广告原理和广告实务两部分。

第1章为广告原理部分。

从广告的概念和要素入手，主要阐述广告与市场营销、广告与受众心理、广告与传播、广告与消费行为、广告代理等方面的知识。

第2章至第9章为广告实务部分。

内容结构基本按照广告的流程来设计，重点阐述广告调查的内容、程序和方法及调查问卷的构成与设计，广告策略的目标和选择，广告预算的编制方法和预算分配方法，广告媒体选择的原则和策略，主要广告媒体的应用，广告创意与广告创作，广告效果与测评等有关内容。

《广告原理与实务（第2版）》附录为课程教学建议和《中华人民共和国广告法》。

本书可作为高等职业院校、高等专科学校、成人高校、民办高校及本科院校举办的二级职业技术学院市场营销专业及相关专业的教学用书，也适用于五年制高职、中职相关专业，并可作为广告工作人员的业务参考及培训用书。

<<广告原理与实务>>

书籍目录

广告学原理第一节 广告的概念及要素第二节 广告与市场营销第三节 广告与受众心理第四节 广告与传播第五节 广告与消费者行为第六节 广告代理本章小结思考与练习案例分析实践与实训广告调查第一节 广告调查的概念和作用第二节 广告调查的内容、程序和方法第三节 广告调查问卷的构成与设计本章小结思考与练习案例分析实践与实训广告策略第一节 广告的目标第二节 广告策划第三节 广告策略本章小结思考与练习案例分析实践与实训广告预算第一节 广告预算概述第二节 广告预算的编制与分配方法第三节 广告预算书的编写本章小结思考与练习案例分析实践与实训广告媒体第一节 广告媒体概述第二节 广告媒体选择的原则和程序第三节 广告媒体选择的策略第四节 媒体计划本章小结思考与练习案例分析实践与实训媒体应用(上)第一节 报纸媒体的特点和应用第二节 杂志媒体的特点和应用第三节 电视媒体的特点和应用第四节 广播媒体的特点和应用本章小结思考与练习案例分析实践与实训媒体应用(下)广告创意与广告创作广告效果与测评附录参考文献

<<广告原理与实务>>

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>