

<<广告学教程>>

图书基本信息

书名：<<广告学教程>>

13位ISBN编号：9787115100320

10位ISBN编号：7115100322

出版时间：2002-2-1

出版时间：人民邮电出版社

作者：李宝元

页数：413页

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>

<<广告学教程>>

内容概要

《广告学教程》是为了适应高等院校工商管理专业广告学必修课教学需要而编写的，也可供其他青年学生或有志于从事广告职业的人士作为学习广告学的参考书。

本书的主要内容分为四部分：广告基础知识，广告运作框架，广告业务操作，广告宏观环境。

借助这本书读者可以全面系统地学习和掌握有关广告学的基本知识、广告经营动作原理以及有关广告的基本操作技艺。

<<广告学教程>>

书籍目录

1	
广告简史	
1.1 世界广告简史	19
1.2 中国广告简史	30
2	
广告理论	
2.1 从Bedell模型谈起	46
2.2 广告定位理论	48
2.3 广告传播理论	66
2.4 广告营销理论	70
第二篇 广告运作框架	
3	
广告经营	
3.1 广告代理制度	81
3.2 广告公司经营管理	92
4	
广告媒体	
4.1 四大媒体及其广告特性	108
4.2 网络媒体与网络广告	125
4.3 其他媒体广告	135
5	
广告目标	
5.1 广告目标分析	144
5.2 广告目标确定方法	151
5.3 企业广告计划	155
6	
广告心理	
6.1 广告受众心理分析	162
6.2 广告心理诉求例析	173
第三篇 广告业务操作	
7	
广告策划	
7.1 广告策划原理	199
7.2 广告媒体策划	208
8	
广告创意	
8.1 广告创意原理	220
8.2 广告创意方法	223
8.3 广告创意表现	232
9	
广告制作	
9.1 广告文案创作	246
9.2 广告布局设计	257
9.3 广告制作实务	281
10	

<<广告学教程>>

广告效果

10.1 广告效果及其评估意义 304

10.2 广告传播效果评估 306

10.3 广告经济效果评估 312

第四篇 广告宏观环境

11

广告规制

11.1 广告规制基本原理 327

11.2 广告规制操作办法 340

12

国际广告

12.1 国际广告概论 357

12.2 国际广告操作业务 364

附录 自测题参考答案 389

参考文献 413

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>