



## <<广告实务>>

### 内容概要

本书从理论和实践两方面对广告进行了深入的阐述。

理论层面的内容包括：广告简介，广告与经济学，广告业等。

这部分知识可以使读者对广告有一个全面的认识，并对广告及广告业的发展趋势有所了解。

实践层面的内容包括：分析顾客，计划广告活动，制作和布置广告等。

这部分知识可以使读者掌握广告活动的所有过程，具备广告业务所需的基本技能。

本书可作为白领充电读物，公司培训教材、MBA通俗读物，同时也适合商务及管理院校学生，以及其他商务工作者使用。

## &lt;&lt;广告实务&gt;&gt;

## 书籍目录

第1章广告的力量	1	职业引导案例	2	1.1 需要和需求	3	1.2 消费者说了算	12	1.3 广告与经济学	20	1.4 本章复习	28		
第2章广告业	33	职业引导案例	34	2.1 广告的起源	35	2.2 广告业	44	2.3 广告代理公司	52	2.4 规范与道德	60	2.5 本章复习	67
第3章分析顾客	72	职业引导案例	73	3.1 了解顾客	74	3.2 瞄准顾客	82	3.3 测试信息	91	3.4 本章复习	98		
第4章计划广告活动	103	职业引导案例	104	4.1 制定广告计划	105	4.2 确定目标和预算	113	4.3 完成广告计划	121	4.4 本章复习	129		
第5章制作广告	133	职业引导案例	134	5.1 选择战略	135	5.2 撰写广告信息	145	5.3 印刷品广告	155	5.4 电视广告	164	5.5 本章复习	173
第6章布置广告	178	职业引导案例	179	6.1 制定媒体计划	180	6.2 使用支持媒体和促销	189	6.3 直接营销和新闻稿	196	6.4 本章复习	206	词汇表	211

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>