

<<网络广告原理与实务>>

图书基本信息

书名：<<网络广告原理与实务>>

13位ISBN编号：9787211049981

10位ISBN编号：7211049987

出版时间：2005-8

出版时间：福建人民出版社

作者：巢乃鹏 杜骏飞

页数：329

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>

## <<网络广告原理与实务>>

### 内容概要

网络传播教学在今天新闻传播教学中占有非常重要的地位。

网络在本质上是媒介，它对社会的冲击首先是对传播业的冲击。

处于新闻传播与教育传播交叉点上的新闻传播教育，更是首当其冲。

网络给新闻传播教育带来了崭新的教学方法，使学习内容和学习方式发生了重大变化。

印刷机奠定的近代教育体系，正经历着一场深刻的变革。

尤其重要的是，网络不仅延伸了人类传播的时间与空间，还可能改变许多传统的传播理念，变革报刊、广播与电视等传统传播媒体。

了解和应对这些变化是未来传播学者所要肩负的重任。

因此，培养具备网络传播知识背景和基本技能的传播人才是当务之急。

网络传播教学的重要性将随着时代的发展越来越突出。

然而，开展网络传播教学，困难却不小。

其中，一个最主要的原因就是缺少好的教材。

网络呼啸而至，来得太快了，令人措手不及；网络日新月异，变化太快了，使人目不暇接。

在这样的形势下，部分已有的教材要么在观念上已经有所滞后，要么在题材上已经出现明显的局限。

因此，六大高校的学者们决心群策群力，迎难而上，编写出一套较为科学而系统的“大学新闻专业网络传播教材”。

这一消息传开，清华大学、上海交通大学、上海外国语学院相关方面的教师纷纷加盟，教材编写队伍不断壮大。

## 作者简介

巢乃鹏，1972年生，1999～2002年攻读南京大学信息管理系与中科院文献情报中心联合培养的博士，获博士学位。

现为南京大学新闻传播学院传播学系副主任、南京大学网络传播研究中心研究员。

研究方向：网络传播、人际传播。

曾参与教育部社科基金项目“中国网络广告业的运营现状与发展对策”等课题研究。

现主持南京大学人才引进培养基金项目“基于相关性理论的网络受众心理行为研究”等多项课题。

曾出版专著《网络受众心理行为研究——一种信息查寻的研究范式》一部，参编两部，并在《新闻大学》等海内外核心刊物上发表论文30多篇。

书籍目录

第一章 网络广告概述 第一节 网络广告的概念与特点 第二节 网络广告的分类 第三节 网络广告的历史、现状与发展趋势第二章 电子邮件广告、搜索引擎广告、富媒体广告 第一节 电子邮件广告 第二节 搜索引擎广告 第三节 富媒体广告第三章 网络广告策划 第一节 网络广告策划概述 第二节 网络广告策划的内容 第三节 网络广告预算第四章 网络广告创意 第一节 网络广告创意的基本内涵 第二节 网络广告创意方法 第三节 网络广告创意案例评析第五章 网络广告制作 第一节 网络广告制作的基本原则 第二节 网络广告制作的要素 第三节 网络广告制作常用软件 第四节 网络广告制作实例第六章 网络广告发布 第一节 网络广告的代理发布 第二节 网络广告发布形式和途径 第三节 网络广告发布的规范及趋势第七章 网络广告效果评估 第一节 广告效果评估概述 第二节 网络广告效果评估的原则、方式与手段 第三节 基于受众心理的网络广告效果分析第八章 网络广告经营 第一节 网络广告定价 第二节 对网络广告进行定位 第三节 销售网络广告第九章 网络广告监督管理 第一节 网络广告监督管理概述 第二节 网络广告行政监督管理制度 第三节 网络广告违法行为及其法律责任主要参考文献附录一 与网络广告研究相关的部分网站名录附录二 网络广告基本专业术语附录三 网络广告相关法规后记

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>