

<<网络广告教程>>

图书基本信息

书名：<<网络广告教程>>

13位ISBN编号：9787301080238

10位ISBN编号：7301080239

出版时间：2004-10

出版时间：北京大学出版社

作者：屠忠俊

页数：300

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>

<<网络广告教程>>

内容概要

这是一本阐释与解说网络广告相关知识与技能的新型教材，又是一部分分析与论述网络广告相关问题的学术专著。

本书在广阔的理论背景下，对网络广告运行的技术环境，网络广告的制作、编排与发布等问题给出了翔实的解答，并辅以实例剖析，系统地说明了网络广告的策划方法及网络广告活动的三主体——广告主、广告代理、广告发布媒体的运作实务和经营管理方式。

作者简介

屠忠俊，华中科技大学新闻与信息传播学院教授、博士生导师；1967年毕业于哈尔滨工业大学；从事媒体经营管理、网络传播、传播研究方法等方面的教学与研究；已出版的著作有：《报业经营管理》、《当代报业经营管理》、《新闻事业管理》、《网络新闻传播导论》；发表有《网络多媒体传播——媒介进化史上新的里程碑》等多篇论文。

书籍目录

第一章 绪论 第一节 第四媒体与网络广告 第二节 网络经济与网络广告 第三节 信息社会与网络广告
第四节 网络广告的发展历史和发展趋势 第五节 网络广告的文化品格第二章 网络广告运行的技术环境
第一节 网络广告运行的硬件环境 第二节 网络广告运行的软件环境第三章 网络广告制作 第一节
网络广告的文字与文本 第二节 网络广告图形与图像 第三节 网络广告动画设计 第四节 网络广告的
音频数据 第五节 视频网络广告制作第四章 网络广告的编排与发布 第一节 网络广告编排设计 第二
节 网络广告发布形式 第三节 利用网络交换技术发布网络广告第五章 网络广告策划 第一节 加强网
络广告策划的必要性 第二节 网络广告策划的原则 第三节 网络广告策划的内容和程序第六章 网络广
告发布媒体 第一节 网络媒体定位 第二节 网络媒体广告市场定位 第三节 网络媒体经营第七章 网络
广告主 第一节 企业网络广告 第二节 企业对网络广告的管理 第三节 企业网络广告运作第八章 网络
广告代理 第一节 网络广告代理概述 第二节 网络广告代理公司管理后记

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>