

<<广告实务>>

图书基本信息

书名：<<广告实务>>

13位ISBN编号：9787301212073

10位ISBN编号：7301212070

出版时间：2012-9

出版单位：北京大学出版社

作者：夏美英 编

页数：221

字数：334000

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>

## <<广告实务>>

### 内容概要

夏美英主编的《21世纪高职高专财经类能力本位型规划教材：广告实务》以岗位能力培养为课程设计的出发点，强调理论教学与实训环节的衔接和融合，主要内容包括广告概述、广告制作前的准备、广告文案写作、广告设计与制作、广告策略、广告效果测定与广告管理，覆盖了广告学中所有的实践环节内容。

《21世纪高职高专财经类能力本位型规划教材：广告实务》内容深入浅出，实例丰富，并遵循“学以致用”的原则，对重点内容进行挖掘，突出应用性和实践性。

《21世纪高职高专财经类能力本位型规划教材：广告实务》可作为高职高专营销管理类相关专业的教材，也可作为企、1k在职人员的培训教材，还可为备考从业和从业资格考试人员提供参考。

## &lt;&lt;广告实务&gt;&gt;

## 书籍目录

## 项目1 广告概述

## 任务1 认识广告

- 1.1.1 广告的内涵
- 1.1.2 广告的构成要素
- 1.1.3 广告的分类
- 1.1.4 广告的基本原则

知识与回顾

模拟实践与应用练习

## 任务2 广告发展简史

- 1.2.1 世界广告发展简史
- 1.2.2 中国广告发展简史

知识与回顾

模拟实践与应用练习

## 项目2 广告制作前的准备

## 任务1 广告调研

- 2.1.1 广告调研的内涵及其作用
- 2.1.2 广告调研的内容
- 2.1.3 广告调研的程序
- 2.1.4 广告调查方法
- 2.1.5 调查问卷设计

知识与回顾

模拟实践与应用练习

## 任务2 广告策划

- 2.2.1 广告策划的内涵与特点
- 2.2.2 广告策划的程序
- 2.2.3 广告策划书的撰写

知识与回顾

模拟实践与应用练习

## 任务3 广告创意

- 2.3.1 广告创意的内涵
- 2.3.2 广告创意的特征
- 2.3.3 广告创意的原则
- 2.3.4 广告创意的过程
- 2.3.5 广告创意的思维方法
- 2.3.6 广告创意的表现形式

知识与回顾

模拟实践与应用练习

## 项目3 广告文案写作

## 任务1 认识广告文案

- 3.1.1 广告文案的概念
- 3.1.2 广告文案的构成
- 3.1.3 广告文案的写作原则

知识与回顾

模拟实践与应用练习

## 任务2 广告标题写作

## <<广告实务>>

3.2.1 广告标题的内涵及其作用

3.2.2 广告标题的类型

3.2.3 广告标题的表现形式

3.2.4 广告标题的写作要点

知识与回顾

模拟实践与应用练习

任务3 广告正文写作

3.3.1 广告正文的特点

3.3.2 广告正文的表现内容

3.3.3 广告正文的表现形式

3.3.4 广告正文的写作要点

知识与回顾

模拟实践与应用练习

任务4 广告口号与附文写作

3.4.1 广告口号写作

3.4.2 广告附文写作

知识与回顾

模拟实践与应用练习

项目4 广告设计制作

任务1 平面广告制作

4.1.1 平面广告的构成要素

4.1.2 报纸广告的制作

4.1.3 杂志广告的制作

4.1.4 海报广告的制作

知识与回顾

模拟实践与应用练习

任务2 电子广告

4.2.1 广播广告的制作

4.2.2 认识电视广告

知识与回顾

模拟实践与应用练习

项目5 广告策略

任务1 认识广告策略

5.1.1 广告策略的内涵

5.1.2 广告策略的作用

5.1.3 广告策略的原则

知识与回顾

模拟实践与应用练习

任务2 广告产品策略

5.2.1 广告产品定位策略

5.2.2 广告产品策略与产品生命周期

知识与回顾

模拟实践与应用练习

任务3 广告市场策略

5.3.1 广告目标市场定位策略

5.3.2 广告促销策略

5.3.3 广告心理策略

## <<广告实务>>

知识与回顾

模拟实践与应用练习

任务4 广告媒介策略

5.4.1 广告媒介概述

5.4.2 广告媒介组合策略

5.4.3 广告媒介计划书

知识与回顾

模拟实践与应用练习

项目6 广告效果与广告管理

任务1 广告效果评估

6.1.1 广告效果概述

6.1.2 广告效果评估的含义、作用及原则

6.1.3 广告效果评估的内容和方法

知识与回顾

模拟实践与应用练习

任务2 广告管理

6.2.1 广告管理概述

6.2.2 广告的行政管理

6.2.3 广告的自律管理

6.2.4 广告的社会监督管理

知识与回顾

模拟实践与应用练习

参考文献

编辑推荐

系列教材特点：能力本位。

以学生为主体，让学生看了就能会，学了就能用；以教师为主导，授人以渔；以项目为载体，将技能与知识充分结合。

内容创新。

内容选取机动、灵活，适当融入新技术、新规范、新理念；既体现自我教改成果，又吸收他人先进经验；保持一定前瞻性，又避免盲目超前。

精编案例。

案例短小精悍，能佐证知识内容；案例内容新颖，表达当前信息；案例以国内中小企业典型事实为主，适合高职学生阅读。

巧设实训。

实训环节真实可行，实训任务明确，实训目标清晰，实训内容详细，实训考核全面，切实提高能力。

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>