

<<广告学实用教程>>

图书基本信息

书名：<<广告学实用教程>>

13位ISBN编号：9787303086788

10位ISBN编号：7303086781

出版时间：2007-8

出版时间：北京师大

作者：金星

页数：386

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>

<<广告学实用教程>>

内容概要

本教程由3篇16章组成，第一篇为基础理论篇（第一章到第三章），主要介绍广告的基本概念、历史、功能、广告的学科基础；第二篇为广告产业篇（第四章到第八章），介绍广告产业链中的广告主、广告公司、广告媒介、广告受众；第三篇为广告动作篇（第九章到第十章），介绍广告公司动作中涉及的广告策划、广告创意、广告的设计制作、广告效果测定、广告预算和广告的法规等。

<<广告学实用教程>>

书籍目录

第一篇基础理论篇第一章广告与广告学第一节广告的概念第二节广告的起源与历史第三节广告的功能与分类第四节广告学的研究对象第二章广告的基础理论第一节广告的传播学原理第二节广告的心理學原理第三节作为文化的广告第三章广告的营销学基础第一节市场营销概述第二节广告与市场营销第二篇广告产业篇第四章广告产业与广告市场第一节广告产业及其构成第二节广告市场的构成与动作第五章广告主第一节广告主与广告第二节广告主与广告组织第三节广告主如何动作广告第六章广告公司第一节广告公司的历史第二节广告代理公司与广告代理制第三节广告代理公司的动作第七章广告媒介第八章广告受众第三篇广告动作篇第九章广告策划第十章广告创意第十一章广告方案的写作第十二章广告的设计与制作第十三章广告效果测定第十四章广告预算第十五章CI策划第十六章广告法规和广告管理附录参考文献

<<广告学实用教程>>

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>