

<<广告经营与管理教程>>

图书基本信息

书名：<<广告经营与管理教程>>

13位ISBN编号：9787307092808

10位ISBN编号：7307092808

出版时间：2011-11

出版时间：武汉大学出版社

作者：周茂君 编著

页数：500

字数：588000

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>

<<广告经营与管理教程>>

内容概要

这本《广告经营与管理教程》由周茂君编著，全书共十八章，内容包括：绪论、广告市场及其运行、广告主与广告营销活动、企业广告营销运作、广告公司的组织结构与经营、广告经营机制——广告代理制、广告公司的经营流程(上)、广告公司的经营流程(下)、国际广告经营等。

<<广告经营与管理教程>>

书籍目录

- 第一章 绪论
 - 第一节 广告经营与广告管理
 - 第二节 广告经营与管理的内容、特点和意义
 - 第三节 世界广告经营与管理的历史沿革
 - 第四节 中国广告经营与管理的发展历程
- 第二章 广告市场及其运行
 - 第一节 广告市场定义及其诠释
 - 第二节 广告市场的构成要素和主体活动
 - 第三节 广告市场运行
 - 第四节 中国广告市场及广告业现状分析
- 第三章 广告主与广告营销活动
 - 第一节 广告主的概念及分类
 - 第二节 市场营销与广告营销
 - 第三节 广告营销组织与职责
- 第四章 企业广告营销运作
 - 第一节 企业广告营销运作规程
 - 第二节 广告营销目标的制定与管理
 - 第三节 企业广告营销计划的制定与执行(上)
 - 第四节 企业广告计划的制定与执行(下)
- 第五章 广告公司的组织结构与经营
 - 第一节 广告公司的分类
 - 第二节 广告公司的组织结构
 - 第三节 广告公司的经营
- 第六章 广告经营机制——广告代理制
 - 第一节 广告代理制的演进历程
 - 第二节 广告代理制的确立与发展
 - 第三节 广告代理制的实施
- 第七章 广告公司的经营流程(上)
 - 第一节 什么是广告公司的经营流程
 - 第二节 开发客户——广告经营的开端
 - 第三节 广告调查——广告运动的基础
 - 第四节 拟定广告策略与编制广告策划书
- 第八章 广告公司的经营流程(下)
 - 第一节 广告创意、设计与制作
 - 第二节 广告媒体的选择与执行
 - 第三节 广告效果测定
- 第九章 国际广告经营
 - 第一节 国际广告经营的概念与特点
 - 第二节 国际广告经营实务
 - 第三节 广告经营的国际化趋势
- 第十章 媒介广告组织与经营
 - 第一节 媒介的角色转换与广告经营
 - 第二节 媒介广告组织及职能
 - 第三节 媒介广告经营的方式与流程
- 第十一章 媒介广告经营实务

<<广告经营与管理教程>>

- 第一节 报刊媒介广告经营实务
- 第二节 电子媒介广告经营实务
- 第三节 网络媒介广告经营实务
- 第十二章 广告管理体制
 - 第一节 广告行政管理系统
 - 第二节 广告审查制度
 - 第三节 广告行业自律制度
 - 第四节 广告社会监督机制
 - 第五节 广告管理体制的建构
- 第十三章 广告管理的依据与广告自律的原则
 - 第一节 广告管理的依据——广告法规
 - 第二节 广告自律的原则——广告道德
- 第十四章 广告市场管理(上)
 - 第一节 广告主的管理
 - 第二节 广告经营者的管理
 - 第三节 广告发布者的管理
- 第十五章 广告市场管理(下)
 - 第一节 广告市场运作的管理
 - 第二节 广告收费的管理
 - 第三节 广告环境的管理
- 第十六章 广告信息管理
 - 第一节 广告内容的管理(上)
 - 第二节 广告内容的管理(中)
 - 第三节 广告内容的管理(下)
 - 第四节 广告表现的管理
- 第十七章 比较广告、国际广告和网络广告管理
 - 第一节 比较广告的管理
 - 第二节 国际广告的管理
 - 第三节 网络广告的管理
- 第十八章 广告违法行为及其法律责任
 - 第一节 什么是广告违法行为
 - 第二节 广告违法行为的法律责任
 - 第三节 对广告违法行为的处罚
 - 第四节 广告行政处罚的复议与诉讼
- 参考文献
- 后记

<<广告经营与管理教程>>

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>