

<<广告人必读>>

图书基本信息

书名：<<广告人必读>>

13位ISBN编号：9787500535553

10位ISBN编号：7500535554

出版时间：1998-05

出版时间：中国财政经济出版社

作者：王忠诚

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>

<<广告人必读>>

作者简介

王忠诚 男, 1965年生于吉林省长春市。

法律系毕业, 广告学副教授。

并

研修过新闻学、广告学、公共关系学等多门学科。

作者1988年开始从事广告科学、艺术研究、公共关系等工作。

曾在深圳

世界建筑导报社任采访部副主任、深圳南方广告公司业务部主任。

现任吉林省

松花江大学广告系主任、吉林省百思特国际广告博览有限公司策划总监、长春市广告研究会会长。

<<广告人必读>>

书籍目录

- 第一章 广告概述
 - 第一节 广告的概念
 - 第二节 广告的演进
 - 第三节 广告的功能
- 第二章 广告媒体
 - 第一节 广告媒体概述
 - 第二节 视觉媒体
 - 第三节 听觉媒体
 - 第四节 视听两用媒体
 - 第五节 不同媒体功能的比较与搭配使用
- 第三章 广告心理研究
 - 第一节 消费者的心理过程
 - 第二节 消费者的个体心理特征
 - 第三节 广告的心理功效
 - 第四节 广告心理效果测定
 - 第五节 广告的心理策略
- 第四章 广告策划
 - 第一节 广告策划概述
 - 第二节 广告策划的程序
 - 第三节 广告策划的内容
 - 第四节 广告策划的原则
 - 第五节 广告策划的写作
- 第五章 广告设计
 - 第一节 广告设计的要素
 - 第二节 广告设计的特征
 - 第三节 广告表现技巧
- 第六章 广告创意
 - 第一节 创意的作用
 - 第二节 创意的方法
 - 第三节 创意的形式
 - 第四节 创意的视觉化
- 第七章 广告文案
 - 第一节 广告文案概述
 - 第二节 广告文案的构成
 - 第三节 品牌与商标
- 第八章 广告组织
 - 第一节 专业性广告组织
 - 第二节 企业广告组织
 - 第三节 媒体广告组织
 - 第四节 广告团体
- 第九章 广告管理
 - 第一节 广告管理概述
 - 第二节 广告管理法规
 - 第三节 广告管理的内容

<<广告人必读>>

第四节 对广告经营者与客户的管理
第五节 对广告媒体与收费标准的管理
第六节 违法广告行为及其处罚
第十章 世界广告业
第一节 美国广告业
第二节 日本广告业
第三节 其他国家和地区广告业
第四节 世界广告业发展趋势
参考书目

<<广告人必读>>

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>