

<<中国烟草广告研究>>

图书基本信息

书名：<<中国烟草广告研究>>

13位ISBN编号：9787501759422

10位ISBN编号：7501759421

出版时间：2003-6-1

出版时间：中国经济出版社

作者：刑丕震

页数：299

字数：167000

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>

<<中国烟草广告研究>>

内容概要

作者根据多年来对烟草行业的深入了解和对烟草广告的观察与研究，认为我国烟草广告的市场调查、策划、创意、制作、发布、资金预算以及效果测定基本上没有一套成熟的做法，大都是凭感觉决策，摸着石头过河。

我们知道，广告是投资行为。

究竟这种投资能产生多大的效益，谁能说的清。

正是在这种情况下，作者决意对中国的烟草广告活动进行比较系统的研究，以期对中国烟草广告业的发展有所裨益。

<<中国烟草广告研究>>

作者简介

邢丕震，山东省临清市人，1966年生，中共党员，中国新闻学院毕业。

青年经济学者，大型社会文化、体育活动策划者。

曾任中国企业著名策划案例暨策划人评选组委会办公室主任、专家委员会委员；中国策划艺术成果博览会组委会副秘书长兼招商部部长、专家委员会委员；曾在卷

<<中国烟草广告研究>>

书籍目录

序言

第一章 烟草广告概说 第一节 烟草广告的概念 第二节 烟草广告的类型 第三节 烟草广告史话

第二章 烟草广告调查 第一节 烟草广告调查的概念及特点 第二节 烟草广告调查的方式 第三节 烟草广告调查的内容

第三章 烟草广告策划 第一节 烟草广告策划的定义及其内涵 第二节 烟草广告策划的内容 第三节 烟草广告策划的流程 第四节 烟草广告策划书的基本内容

第四章 烟草广告创意 第一节 烟草广告创意概述 第二节 烟标文化与创意 第三节 烟草品牌名称的创意 第四节 烟草产品包装创意 第五节 烟草广告语创意

第五章 烟草广告预算 第一节 烟草广告预算的重要性 第二节 烟草广告预算的项目 第三节 烟草广告预算的制订方式 第四节 影响烟草广告预算的因素 第五节 烟草广告预算的分配 第六节 烟草广告预算的管理

第六章 烟草广告效果测定 第一节 烟草广告效果的定义和特征 第二节 烟草广告效果测定的意义和内容 第三节 烟草广告效果测定的方法

第七章 烟草赞助广告 第一节 烟草赞助广告的概念 第二节 烟草赞助广告的优势与缺陷 第三节 烟草赞助广告的种类 第四节 烟草赞助广告的注意事项

第八章 烟草广告监督管理 第一节 烟草广告监督管理的概念、特点 第二节 烟草广告监督管理机关及其职能 第三节 烟草广告监督管理的法律体系 第四节 烟草广告监督管理的内容 第五节 烟草广告的审查制度 第六节 违法烟草广告行为及其法律责任

第九章 著名烟草广告典型案例 第一节 用文化为品牌插上飞翔的翅膀 ——“鹤舞白沙，我心飞翔”品牌宣传的实践与思考 第二节 胜利之鹰 ——试析“大红鹰”广告的创意与营销策略 第三节 广告缔造的品牌神话 ——回首“万宝路”之路

附录 附录一：《中华人民共和国广告法》 附录二：《烟草广告管理暂行办法》 主要参考文献 后记

<<中国烟草广告研究>>

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>