

<<网络广告>>

图书基本信息

书名：<<网络广告>>

13位ISBN编号：9787501784332

10位ISBN编号：7501784337

出版时间：2008-5

出版时间：中国经济出版社

作者：冯章

页数：256

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>

<<网络广告>>

内容概要

《网络广告（修订版）》是中国较早出版的、屈指可数的关于网络广告方面的图书。为了适应网络广告发展的新形势的需要，又进行了修订，增加了许多新的内容和数据资料，以供人们参考。

《网络广告（修订版）》共有12章，分别讲述了网络广告概况、网络广告的五种形式、网络广告的策划、寻找目标客户的方法和技术、网络广告的定价方法、网上用户分析、运作网络广告的策略和技巧、推销网络广告版面的秘诀、网络广告与促销、网络广告效果测试、网络广告的创作、互动广告和互动营销等。

《网络广告（修订版）》内容丰富、实用性强，是值得大家阅读的一本优秀图书。

<<网络广告>>

书籍目录

第一章 网络广告概述一、网络广告的爆炸式发展二、什么是网络广告1.网络广告的含义2.网络广告与传统广告模式3.网络广告的优势三、网络广告的辉煌渗透四、网络用户1.我国网民2.用户对互联网的使用情况及满意度五、网络广告的发展历程1.开创与发展2.挫折、垃圾邮件大战 (Spam Wars) 3.接受4.互联网进入社会化阶段六、网络广告业所涉及的三类人员1.卖方：网站服务商2.买方：广告主3.互动代理商七、广告基础设施1.网站访问量的计算2.广告管理八、网络营销1.网络营销的含义2.网络营销与传统营销的区别3.网络营销的主要内容4.企业营销与网络广告第二章 网络广告的五种形式一、作为广告的网站二、E-mail广告1.由广告支持的E-mail2.通过E-mail发送简讯3.赞助E-mail游戏4.直接发送E-mail三、万维网 (Web) 广告的10种形式1.分类广告2.标语广告 (Banners) 3.按钮广告 (Buttons) 4.聊天室广告 (Chat ad.) 5.辛迪加式的内容广告6.编辑式广告7“推”的广告8.插入广告 (Interstitial) 9.内容赞助10.非链接型 (Nonlinking) 四、搜索引擎广告1.搜索引擎的含义2.搜索引擎广告原理3.搜索引擎推广五、博客广告第三章 网络广告策划第四章 寻找目标客户的技巧和技术第五章 网络广告的8种定价方法第六章 网上用户分析第七章 运作网络广告的策略和技巧第八章 推销网络广告版面的5大秘诀第九章 网络广告与促销第十章 网络广告效果测试第十一章 网络广告的创作第十二章 互动广告与互动营销附录1.著名广告网站概况2.网络广告常用术语

<<网络广告>>

章节摘录

一、网络广告的爆炸式发展 互联网，这个由联网计算机组成的全球最大网络，是建立在信息共享的基础上的。

它最初是作为政府组织和研究机构的平台，后来则演变为商业化的实体。

出版商们（媒体提供商）也随之在网上创立他们各自的在线品牌，其中，有像时代华纳（Time Warner）这样早已建立的公司，也有与网络紧密相连的新兴的实业。

在全球所有的大通讯网的概念中，广告成为支持这些冒险行为的资金来源和发展动力。

对于刊登广告者（广告主）而言，网上促销的首要形式是网页，其次才是广告。

这些广告其实是一些标语（Banner）和按钮（Button），主要是为了吸引网络使用者从出版商的网页进入到广告主的网页。

过去的网络广告（又称在线广告）遵循界限分明的印刷模式，有限的屏幕空间被广告的标语和按钮分割。

但广告主则希望在不要求上网者非进入到他们的网页的同时，能与更多的消费者接触，这样，网络广告新的模式也随之出现了。

新的网络广告的模式使得广告与网页上的其他编辑内容界限变得模糊起来，这向广告主提供了一种类似于电视广告般的更引人注目的广告形式。

据艾瑞市场咨询机构最新发布的统计报告显示，2005年，国内网络广告市场规模已达到31.3亿元，超过杂志广告市场规模，接近广播广告市场规模。

在我国广告业内，电视、报纸和广播原本稳坐广告投放的前三把交椅，但现在，网络广告强有力的增长势头至少已经影响到广播媒体的渠道价值。

从增长速度看，这种影响力表现得更为明显。

统计显示，2005年全国网络广告的市场规模比2004年增长77.1%，是2001年的7.6倍，算上搜索引擎广告10.4亿元的规模，2005年中国网络营销市场规模达到41.7亿元，比2004年猛增78.4%。

而网络广告占整体广告市场的比重，也由2001年的0.5%迅速攀升至2005年的2.3%。

.....

<<网络广告>>

编辑推荐

《网络广告（修订版）》内容丰富、实用性强，是值得大家阅读的一本优秀图书。

<<网络广告>>

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>