第一图书网, tushu007.com

<<广告策划原理与实务>>

图书基本信息

书名：<<广告策划原理与实务>>

13位ISBN编号：9787501961344

10位ISBN编号：7501961344

出版时间：2007-12

出版时间：中国轻工业

作者：梁鹏王国企

页数：121

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本书将目前市场上富于运作意义的广告策划主要内容，进行了知识的表格化、实务的程序化和制作的手册化的整理，有较强的知识系统性、实务指导性和制作实用性，是一种全新的广告策划原理与实务制作教本，便于学生理解；以快捷的方式掌握知识信息，方便学生查找检索、活学活用。
本教材特别适合高职高专学生使用，亦可供本科生参考，也是广告从业者可以选择的专业读物。

<<广告策划原理与实务>>

书籍目录

第一篇　原理篇　第一章 广告策划的基本原理　第一节 广告策划的内容与意义　第二节 广告策划的原则与要求　第三节 广告策划的类型与程序　第二章 广告策划的地位与作用　第一节 广告策划在营销传播中的地位与作用　第二节 广告策划在广告活动中的地位与作用　第三节 广告策划在广告公司中的地位与作用　第三章 广告策划的作业思路　第一节 广告策划作业的思路与方法　第二节 广告策划作业的思维模式　第三节 广告策划作业的研讨方式第二篇　实务篇　第一章 广告策划的广告调查　第一节 广告调查的意义和内容　第二节 广告调查的方法与程序　第三节 广告调查信息在广告策划中的运用　第二章 广告策划实施目标　第一节 广告策划的定位策略　第二节 广告策划的主题策略　第三节 广告策划的表现策略　第三章 各种广告策划实务　第一节　媒体策划　第二节　创意策划　第三节　其他策划第三篇　制作篇　第一章 广告策划书的制作　第一节 广告策划书制作要领　第二节 广告策划书制作的格式　第三节 广告策划书制作的技巧　第二章 广告预算的编制　第一节 广告预算的分类与原则　第二节 广告预算的计算与分配　第三节　广告预算的制定与模具　第三章　广告效果测定计划的制作　第一节　广告效果测定的对象与分类　第二节　广告效果测定的作业与方法　第三节　广告效果测定计划书的撰写主要参考书目后记

编辑推荐

第一图书网, tushu007.com

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