

<<广播广告>>

图书基本信息

书名：<<广播广告>>

13位ISBN编号：9787501983445

10位ISBN编号：7501983445

出版时间：2011-8

出版时间：中国轻工业出版社

作者：崔恒勇

页数：220

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>

<<广播广告>>

内容概要

在数字化和网络化浪潮来势汹涌的背景下，广播媒介发生了巨大的转变，实现了传统广播与数字广播的融合发展，随着DAB、CMMB等新技术的广泛应用和普及，人们更加喜欢广播所展现出来的新生命力。

《广播广告》系统地研究和分析我国广播广告的发展历程及广播广告受众、广播广告策划、广播广告经营等问题，在目前科学技术不断更新的大背景下，给我国的广播广告事业和从业人员提供了新的发展机遇；如何利用日新月异的科技力量不断地拓展广播广告的发展空间，使其发挥更大的传播效应等一系列课题摆在当今的广告人面前。

《广播广告》由崔恒勇编著。

<<广播广告>>

作者简介

2006年毕业于北京理工大学艺术设计专业，获硕士学位，同年进入北京印刷学院，一直从事数字媒体创意、视听语言传播、广告学的教学和科研工作。

在教学、科研与市场实践过程中，积累了一些广告学科的教学和实践经验，对广告媒介的发展传播以及数字化媒介对传播方式的影响进行了深入的思考和探究。

<<广播广告>>

书籍目录

第一章 广播广告概述

第一节 广播媒介的概述

第二节 广播广告的分类

第三节 广播广告的特点

第四节 广播广告的作用

第二章 广播广告的发展

第一节 国外广播广告发展概况

第二节 国内广播广告的发展概况

第三章 广播广告的受众研究

第一节 广播广告受众心理分析

第二节 广播广告受众研究方法

第三节 广播广告受众收听倾向分析

第四章 广播广告的策划

第一节 广播广告策划概述

第二节 广播广告策划的原则及规律

第三节 广播广告的策划

第五章 广播广告创意

第一节 广播广告创意概述

第二节 广播广告创意的原则

第三节 广播广告创意的方法

第四节 广播广告创意的流程

第六章 广播广告的制作

第一节 广播广告的制作概述

第二节 广播广告的制作原则

第三节 广播广告的制作技巧

第四节 广播广告的制作流程

第七章 广播广告的发布

第一节 广播广告的发布流程

第二节 广播广告发布的策略

第八章 广播广告预算

第一节 广播广告预算概述

第二节 广播广告预算的原则与方法

第三节 广播广告预算的实施

第九章 广播广告效果评估

第一节 广告效果评估概述

第二节 广播广告的效果评估

第十章 广播广告经营

第一节 广播广告经营概述

第二节 广播广告的经营模式

第十一章 广播广告的管理

第一节 广播广告管理的发展历程

第二节 广播广告管理的基本内容

第三节 广播广告管理的突出问题

第十二章 广播广告发展趋势

第一节 广播广告主体的发展

<<广播广告>>

第二节 广播广告传播方式的发展

第三节 广播广告受众人群的发展

第四节 广播广告经营模式的发展

<<广播广告>>

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>