第一图书网, tushu007.com

<<广告原理与实务>>

图书基本信息

书名：<<广告原理与实务>>

13位ISBN编号：9787504650887

10位ISBN编号：7504650889

出版时间：中国科学技术出版社

作者：郑文昭，张龙 著

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

内容概要

《高职高专经济管理专业“十一五”规划教材：广告原理与实务》分广告原理和广告实务两部分，主要包括从广告的基本概念和作用入手，阐述广告与营销的关系、广告的构成要素、发展历程等三方面的基础知识；按照广告策划流程，注重突出实践实训环节，重点阐述广告调查的内容方法、广告策略的选择、媒介分析与组合、预算编制、广告创意与表现、广告文案及策划书写作、广告创作、广告效果评估等内容。

书籍目录

第一章　广告导论第一节　广告概述第二节　广告的发展历程第三节　广告与营销第二章　广告调查第一节　广告调查概述第二节　广告调查的方法及程序第三节　广告调查问卷设计第三章　广告策略第一节　广告的产品策略第二节　广告的市场策略第三节　广告的实施策略第四章　广告媒介策略第一节　广告媒介的概念与类型第二节　主要广告媒体分析第三节　广告媒介选择与组合策略第五章　广告预算第一节　广告预算的内容第二节　广告预算的编制方法第三节　广告预算的分配第六章　广告创意与表现第一节　广告主题第二节　广告创意第三节　广告表现第七章　广告文案第一节　广告文案的作用和类型第二节　广告文案的结构写法第三节　广告策划书的撰写第八章　广告创作第一节　广告设计的要素第二节　平面广告创作第三节　电子广告创作第九章　广告效果评估第一节　广告效果概述第二节　广告传播效果的评估第三节　广告销售效果的评估第四节　广告社会效果评估第十章　广告组织与管理第一节　广告组织第二节　广告管理第三节　广告法规附录参考文献

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