第一图书网, tushu007.com

<<成功广告80例>>

图书基本信息

书名：<<成功广告80例>>

13位ISBN编号：9787505701175

10位ISBN编号：7505701177

出版时间：1991-12

出版时间：中国友谊出版公司

作者：颜伯勤

页数：391

字数：228000

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

本世纪中叶，营销学、传播学这两门新学科形成，很快就被引入广告实践中。
广告与营销、广告与传播紧密结合，从而将广告战略和广告技巧置于科学化的基础上，极大地增强了广告活动的有效性。
接着经过大卫·奥格威、克劳德·霍普金斯、雷蒙·罗必凯等广告大师在理论和实务方面富有创造性的开拓，就把现代广告学的构架和体系，建立得更加坚实和完善了。

现代广告经过半个世纪的发展历程，已经从“术”阶段走向“学”的阶段。
它是以营销学、传播学和社会心理学的基本原理为理论基础，以新的市场观念为导向，通过科学化作业和高技术手段，力求达成预期目的的信息传递活动。
现代广告学是一门多学科交叉融合而成的边缘科学。
不能把握现代广告的本质特征及其基本原则和技巧，就很难在实际工作中避免盲目性。
不弄清现代广告学独自的专业知识和理论体系，就谈不上结合我国国情，建立和发展社会主义广告理论。
它山之石可以攻玉。
故编者从西方国家和港台地区近些年出版的广告专著中，精选其具有代表性和一定参考价值者、辑成《现代广告学名著丛书》，以飨读者。
为了让读者能够更好地了解原著，书中除个别地方有所删节外，多数都采用原版全译。
因此，内容难免莠不齐，望读者细心研读，取其精华，弃其糟粕。

作者简介

颜伯勤，四十年代毕业于东吴大学，在台湾从事新闻工作及广告学术研究逾三十年，曾任台湾几家大报社的主笔、总经理、副社长等职，现任台湾辅仁大学企业管理系教授，是台湾广告界资深的广告作品评审人和台湾广告量研究专家。
主要著作有《广告学》、《广告经营管理学》、《广

第一图书网, tushu007.com

书籍目录

前 言 创造商品知名度的数字游戏 重点把握正确一套简洁佳作 深能击中消费者心理的标题 同类商品竞销中的哄抬战术 一年的产品一次卖完的佳构 请大家暂停购买的大胆策略 重振药皂市场构想杰出有力 极富人情味的花园别墅广告 利用广告消灭伪表的好构想 芝麻城突破不景气销售圆满 一举两得的潜水寻宝等活动 旧锅换彩色锅的抑价策略高 香皂市场一支奇兵企划周密 可乐类饮料求改变广告印象 偏重用直邮销售成功的房屋 减低自血款的分期付款战略 百货公司广告注重立竿见影 第一批国人设计的出口广告 企业应重视的公共关系刊物 首创套房式办公室哄动一时 了解身体语言充实广告功能 广告模特儿多趋向选用新人 挑战性广告能刺激产品改进 美国葡萄干的试销广告方针 冻冻果充分运用了广告力量 塑制蜡像人物的新广告活动 在淡季中激起大众购买热潮 增进指名购买率的情书比赛 蕃茄酱运用直邮开发了市场 新产品打进市场的基本条件 听得见亦看得到的广播广告 名牌商品应更重视指名购买 增进消费者信心的有力工具 创造销售重点争取领先地位 效果甚强的买一送一大请客 从研究商品名称和特色着手 一个彻底消灭伪药的好构想 一首快乐歌曲富有攻心力量 扩大市场重于争取现有市场 ……

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