第一图书网, tushu007.com

<<当代广告学（第7版）>>

图书基本信息

书名：<<当代广告学（第7版）>>

13位ISBN编号：9787508022895

10位ISBN编号：7508022890

出版时间：2001-02

出版时间：华夏出版社

作者：[美] 威廉·阿伦斯

页数：569

译者：丁俊杰等

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

本书适用于新闻、广告和工商管理专业的本、专科学生，研究生和教师。
由于其实用方便的操作方法，深入细致的内容讲解，以及对营销管理的关注。
因此，许多普通文科的大学选修课程以及广告管理课程也广泛选用这本教材。
本书穿插的那些优秀广告作品为艺术专业，平面设计专业的教师和学生，业内专业人员提供了开阔的视野。
精心选用的实例为广大的业务人员提供了宝贵的指导。

第一图书网, tushu007.com

书籍目录

第一部分 广告概览 第一章　广告概述 第二章　广告的经济、社会与法规层面 第三章　广告范畴：从本土到全球第二部分 营销战略与广告战略的制订 第四章　营销与消费行为：广告活动的基础 第五章　市场细分与营销组合：广告战略的确立 第六章　信息收集：广告策划的依据 第七章　营销策划与广告策划：自上而下式、自下而上式与整合营销传播 第八章　媒介战略策划：寻找通往市场之门第三部分 广告与其他传播组合元素的整合 第九章　关系的建立：直接营销、人员销售与销售推广 第十章　关系的建立：公共关系、赞助与企业广告第四部分 广告创作 第十一章 创意战略与创意过程 第十二章 创意实施：艺术与文案 第十三章 印刷、电子及数字媒介的广告制作第五部分 广告媒介的运用 第十四章 印刷媒介的运用 第十五章 电子媒介的运用：电视与广播 第十六章 数字互动媒介与直邮的运用 第十七章 户外媒介、陈列媒介和辅助媒介的运用 尾声：一个完整的广告战役：丰田“每一天”篇

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