

<<广告原理与策划>>

图书基本信息

书名：<<广告原理与策划>>

13位ISBN编号：9787508488028

10位ISBN编号：7508488024

出版时间：2011-9

出版时间：中国水利水电出版社

作者：王玉波，李琼 编

页数：187

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>

## <<广告原理与策划>>

### 内容概要

《现代服务领域技能型人才培养模式创新规划教材·市场营销专业：广告原理与策划》共4个情境。

情境一：广告认知；情境二：广告策划；情境三：广告设计；情境四：广告测评与管理，通过11个项目展开，包括了解广告学基础知识、知晓广告心理、广告调查、广告预算、广告创意、广告媒体策略、广告策划、广告文案创作、广告设计与制作、广告效果测评、广告管理。

每一项目前面用一个情境引入，后面有情境提示。

每一项目用相应的情境案例或情境延伸来说明市场营销概念、原理与方法，有较强的针对性。

每项目后面都附有知识巩固练习和实训操作。

## <<广告原理与策划>>

### 书籍目录

前言项目一 广告学基础知识任务一 知晓广告的概念任务二 掌握广告的功能与类型任务三 了解广告学研究的内容和对象项目二 广告心理任务一 了解广告与消费行为的关系任务二 广告受众心理分析任务三 广告心理策略任务四 广告心理诉求项目三 广告调查任务一 广告调查的概念和作用任务二 广告调查的内容任务三 广告调查的方法任务四 广告调研的程序项目四 广告预算任务一 广告预算的内容任务二 广告预算的编制方法任务三 广告预算的分配与广告预算书的编写项目五 广告创意任务一 了解广告创意的内涵任务二 掌握广告创意的方法任务三 了解广告创意的表现形式项目六 广告媒体策略任务一 了解广告媒体的概况任务二 广告媒体的分析任务三 广告媒体的选择项目七 广告策划任务一 了解广告策划概况任务二 广告策划书的撰写项目八 广告文案创作任务一 了解广告文案任务二 广告标题写作任务三 广告语写作任务四 广告正文写作项目九 广告设计与制作任务一 广告作品设计的一般流程任务二 平面广告作品设计和制作的基本技巧任务三 电子广告作品设计和制作的基本技巧项目十 广告效果测评任务一 了解广告效果任务二 广告效果测评意义和原则任务三 广告效果测评的方法项目十一 广告管理任务一 了解广告代理制任务二 广告公司的经营管理任务三 广告的法律管理任务四 广告行业自律参考文献

## &lt;&lt;广告原理与策划&gt;&gt;

## 章节摘录

如果说理性诉求方式是经由人们的理性知觉通道将信息传递到大脑中枢，那么，情感方式则是通过非理性知觉通道传输到大脑中枢。

这条通道较之理性知觉通道要短得多，也直接得多，因而传递速度也就快得多。

并能够更加深刻地“印刻”在人们的心里，产生巨大的感染力与影响力。

如果说理性诉求是一种“晓之以理”的广告诉求方式的话，那么情感诉求就是一种“动之以情”的广告诉求方式。

情感诉求是针对受众的心理、社会或象征性需求，表现与企业、产品、服务相关的情感和情绪，通过引起受众情感上的共鸣，引导受众产生购买欲望和行为。

在一个高度成熟的社会里，消费者的消费意识也日益成熟，他们追求的是一种与自己内心深处的情感和情绪相一致的“情感消费”。

在广告创意中有效地运用情感诉求，以亲切、柔和的广告画面，自然流畅的广告语言，诚恳的广告诉求，去打动消费者的情感，这样不仅能够强化人们对企业产品的好感，而且更有助于人们建立对企业产品的忠诚度。

因此，以情感为诉求重点来寻求广告创意是当今广告发展的重要趋势。

（一）情感诉求的心理策略 唐代大诗人白居易曾经说过：“感人心者，莫先乎情……上白圣贤、下自愚骏、微及豚鱼、幽及鬼神，群分而气同。

形异而情一，未有声入而不应，情交而不感者。

”在广告中运用情感诉求的方式不仅是重要的，也是可能的。

通过采用一些情感诉求的策略，以达到影响受众的心理，实现购买行为的目的。

具体来说，广告情感诉求的心理策略有下述几种： 1.触发兴奋点刺激需求 以充满情感的语言、形象、背景气氛作用于消费者需求的兴奋点，每个人的内心都会有自己的精神兴奋点，一旦触发了他的需求兴奋点，其情绪必然高涨，而情绪高涨则满足需要的行为也将更快、更强烈地出现。

这当然是广告主最希望看到的现象了。

为了达到这种状态，广告制作者必须从受众的角度去思考和挖掘，抓住受众的精神兴奋点去诉求，从其需求入手，把产品与某类需求紧密相连，使得受众一出现这类需求便想到此产品，则广告就取得了良好的促销效果，达到了广告主最大最终的希望。

情感诉求正是诉求产品能满足受众某类需要，自然能实现上述效果。

.....

## <<广告原理与策划>>

### 编辑推荐

《现代服务领域技能型人才培养模式创新规划教材·市场营销专业：广告原理与策划》由长期从事广告教学的骨干教师和企业专家合作编写，内容精练，通俗易懂，实用性强。

《现代服务领域技能型人才培养模式创新规划教材·市场营销专业：广告原理与策划》的开发以职业能力培养为核心，以广告应用项目为载体，利用情境引导学生积极思考、乐于实践，从而提高学习效果。

《现代服务领域技能型人才培养模式创新规划教材·市场营销专业：广告原理与策划》可作为高职高专院校经济管理类广告课程的教材，也适合广告爱好者自学使用。

<<广告原理与策划>>

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>