

<<广告策划教程>>

图书基本信息

书名：<<广告策划教程>>

13位ISBN编号：9787563355402

10位ISBN编号：7563355405

出版时间：2009-8

出版时间：广西师范大学出版社

作者：谢仲文

页数：274

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>

<<广告策划教程>>

内容概要

《广告策划教程：理论篇方法篇实践篇》重视广告实用性理论知识的介绍，立足于工商企业及市场实战所需的广告知识，结合丰富的实例和翔实的经验材料加以阐述和剖析，让读者看到广告理论是如此的栩栩如生和引人入胜。

为使学生易于进入学习状态，找到感觉，获得借鉴，本教程不仅包含优秀企业的名字和事例，而且引用的大量实例——无论是国内的还是国外的，多为近年来大家似曾相识或在日常生活中不经意地接触过甚至是近期出现在各类媒体上活生生的优秀作品。

同时，《广告策划教程：理论篇方法篇实践篇》中既有成功的经验，又论失败的教训。

<<广告策划教程>>

书籍目录

教学大纲上篇：理论篇第一章 广告策划总论第一节 广告策划概念第二节 广告策划程序第三节 广告策划特点第二章 营销与广告第一节 营销导向广告第二节 广告服务营销第三章 广告策划——市场调研是基础第一节 市场调研概述第二节 市场调研方法第三节 产品品牌分析第四节 目标对象分析第五节 竞争对手分析第四章 广告策划——广告创意是中心第一节 广告创意的概念第二节 广告创意的原则第三节 广告创意的程序第四节 广告创意与“3B”第五章 广告策划——广告定位是关键第一节 广告定位概念第二节 定位理论发展第六章 广告策划——媒体选择是保证第一节 各种媒体特点第二节 媒体评价指标第三节 媒体选择原则第四节 广告费用预算中篇：方法篇第七章 确立广告主题第一节 广告主题构成要素第二节 广告主题创意策略第八章 广告表现创作第一节 广告“文”的创作第二节 广告“形”的创作第三节 广告表现形式下篇：实践篇第九章 广告案例分析第一节 原理教学与案例教学的区别第二节 广告案例分析具体操作提示第十章 广告策划实践第一节 广告策划书主要内容第二节 广告策划书撰写原则第三节 广告实战策划教学操作提示第四节 广告实践教学应注意的问题附录 中华人民共和国广告法主要参考文献

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>