第一图书网, tushu007.com

# <<现代广告理论与实务>>

## 图书基本信息

书名：<<现代广告理论与实务>>

13位ISBN编号：9787565403651

10位ISBN编号：7565403652

出版时间：2011-7

出版时间：东北财经大学出版社有限责任公司

作者：贺康庄，石青辉　主编

页数：283

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

《现代广告理论与实务(第2版)》的编著者从把握学科的性质出发，试图予以结构、体系创新，使该书具备以下几个特点：其一，全书在详述理论的基础上，重点向实践倾斜，这符合学科的性质。
其二，有重点、有鉴别地吸收国外先进的广告理论。

该书由贺康庄、石青辉任主编，朱思文、李莉任副主编。

第一图书网, tushu007.com

# <<现代广告理论与实务>>

## 书籍目录

第一章 广告概论
本章提要
第一节 广告的概念
第二节 广告与相关活动的界定
第三节 广告的构成
第四节 广告的分类
本章小结
复习思考题
第二章 广告的起源与发展
本章提要
第一节 世界广告的起源与发展
第二节 中国广告的产生与演变
本章小结
复习思考题
第三章 广告组织
本章提要
第一节 广告组织的类型
第二节 广告组织的经营
第三节 广告组织的选择
本章小结
复习思考题
案例
第四章 广告心理
本章提要
第一节 广告与心理的关系
第二节 注意与广告
第三节 记忆与广告
第四节 说服与广告
第五节 广告的受众心理、色彩心理及性心理
本章小结
复习思考题
案例
第五章 广告策划概述
本章提要
第一节 广告策划的含义及作用
第二节 广告策划的要求与原则
第三节 广告策划的程序
第四节 广告策划书的格式
本章小结
复习思考题
案例
第六章 广告目标与广告调查
本章提要
第一节 广告目标
第二节 广告调查

本章小结
复习思考题
案例
第七章 广告预算
本章提要
第一节 广告预算的作用和依据
第二节 广告预算步骤和广告投资理论
第三节 广告预算编制的方法及分配
本章小结
复习思考题
案例
第八章 广告创意
本章提要
第一节 广告创意的基本理论
第二节 广告创意的特征与原则
第三节 广告创意的过程与方法
本章小结
复习思考题
案例
第九章 广告文案写作
本章提要
第一节 广告文案及其写作要求
第二节 广告标题
第三节 广告正文
第四节 广告标语
本章小结
复习思考题
案例
第十章 广告媒体
本章提要
第一节 广告媒体的类型及特点
第二节 广告媒体的选择
第三节 广告媒体策划
本章小结
复习思考题
案例
第十一章 广告策略
本章提要
第一节 广告策略的含义及作用
第二节 广告产品策略
第三节 广告市场策略
第四节 广告实施策略
本章小结
复习思考题
案例
第十二章 广告效果测评
本章提要

第一图书网, tushu007.com


第一节 广告效果测评概述
第二节 广告沟通效果的测评
第三节 广告经济效果测评
第四节 广告社会效果测评
本章小结
复习思考题
案例
第十三章 广告管理
本章提要
第一节 广告管理概述
第二节 广告代理制
第三节 国外广告管理
本章小结
复习思考题
案例
附录一
中华人民共和国广告法
附录二
国际商业广告从业准则
附录三
美国电视广告规范
附录三
中外著名广告公司
主要参考文献

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