

<<当代广告运作>>

图书基本信息

<<当代广告运作>>

内容概要

本书对整个广告行业及广告运作进行了全面介绍，并涉及了包括公共关系系、销售促进、赞助活动在内的所有与促销相关的领域。

作者引证了大量的案例，对广告专业的学生和实际操作人员都提供了广博的指导和有益的参考。

作者所涉猎的论题有：广告代理商的作用、广告活动的策划、制定预算/线下促销/广告创意与制作/广告行业中的法规与自律因素/国际广告。

作者简介

约翰·威廉姆斯赫尔斯特，著名市场战略是营销传播顾问，在英国、欧洲、美洲以及亚洲都有着丰富的经验。

他曾担任REED国际集团的广告经理、伦敦广告代理协会理事，约翰·威廉姆斯赫尔斯特市场咨询公司（现邓肯·亚历山大暨威廉姆斯赫尔斯特公司）首席执行官。

目前任Romain

<<当代广告运作>>

书籍目录

第二版序言致谢第一部分 广告的主题 第1章 广告业 第2章 广告干什么 第3章 广告是如何发展的 第4章 市场的概述第二部分 广告业是如何运作的 第5章 广告策划 第6章 广告是如何形成的——广告代理的作用 第7章 广告的发布 第8章 广告与其稳固伙伴-线下促销业务 第9章 如何监控广告第三部分 广告运作细节 第10章 怎样创作广告 第11章 印刷媒体 第12章 广告媒体 第13章 其他媒体及术语 第14章 媒体购买、策划和时间安排 第15章 广告材料的制作 第16章 广告有效性测试I：广告作用理论 第17章 广告有效性测试II：研究方法的考察 第四部分 国际广告 第18章 全球媒体及其服务 第19章 全球广告信息

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>