

<<廣告X媒體>>

图书基本信息

书名：<<廣告X媒體>>

13位ISBN编号：9789626785997

10位ISBN编号：9626785993

出版时间：2009-11

出版时间：經濟日報出版社(香港)

作者：吳博林

页数：353

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>

<<廣告X媒體>>

內容概要

《廣告x媒體》作為《廣告101》的延續，希望能為所有對廣告有興趣的朋友，提供更多更深入的行業資訊和工作心得。

香港廣告媒體數目說少不少，但提供廣告媒體策劃的公司數目其實不多。

很多從事廣告媒體工作的朋友一直默默耕耘，一般人了解不足，還道從事廣告媒體策劃的工作定是十分沉悶，事實卻非如此。

《廣告x媒體》收集了多位資深廣告人和媒體業界人士提供的知識和行情，內容相當豐富。

<<廣告X媒體>>

作者簡介

資深廣告人、傳媒管理層、品牌營銷人、大學教授，聯合推薦！

「這本書是作者第三本有關本土廣告的著作，主要是探討媒介方面的問題，更從活生生的實例中出發，深入淺出而趣味盎然。
無論在職媒介人士或在學人士，都很容易明白。

」
徐堅剛（前天高廣告公司（BBDO）董事、前亞洲電視營業副總監、前《Recruit》總經理、現任逸盈媒介營辦有限公司（Ad-Impact Ltd.）董事）

「今次已經是這系列書目的第三本。
這次開宗明義講述廣告與媒體之間唇齒相依的關係，更切合實況。
全書羅列很多實例作解釋，易看易明，無論是業界人大或有志投身這行業人士，閱此書實得益良多。

」
宋文禧（新城廣播有限公司副董事總經理）

「這本書除了適合有興趣加入廣告行業的人士閱讀，讓他們在加入前對廣告業的喜與悲有更確切的了解外，我個人更認為它是一本實用的教學材料，能增添課堂的樂趣。

。」
蘇... (展开全部) 資深廣告人、傳媒管理層、品牌營銷人、大學教授，聯合推薦！

「這本書是作者第三本有關本土廣告的著作，主要是探討媒介方面的問題，更從活生生的實例中出發，深入淺出而趣味盎然。
無論在職媒介人士或在學人士，都很容易明白。

」
徐堅剛（前天高廣告公司（BBDO）董事、前亞洲電視營業副總監、前《Recruit》總經理、現任逸盈媒介營辦有限公司（Ad-Impact Ltd.）董事）

「今次已經是這系列書目的第三本。
這次開宗明義講述廣告與媒體之間唇齒相依的關係，更切合實況。
全書羅列很多實例作解釋，易看易明，無論是業界人大或有志投身這行業人士，閱此書實得益良多。

」
宋文禧（新城廣播有限公司副董事總經理）

「這本書除了適合有興趣加入廣告行業的人士閱讀，讓他們在加入前對廣告業的喜與悲有更確切的了解外，我個人更認為它是一本實用的教學材料，能增添課堂的樂趣。

。」
蘇麗文（香港中文大學市場系副教授）
「《廣告x媒體》不只是marketing人的工具書，也是一本讓消費者開眼界書籍。
此書解構了媒體廣告的運作。
讀罷，你也能在茫茫advertising campaign中，保持多一些的頭腦清醒。

」
Brendan Shair（Managing Director, Synovate Hong Kong）
「吳博林所著，筆觸獨到，內容緊貼市況，絕對in the market。
更可貴的，是in our market，而非in US /

<<廣告X媒體>>

UK / Japan 或其他market。

新著《廣告 x

媒體》更加進了難得的本地媒體資料庫。

近年數碼媒體日見擴張，傳統媒體又不斷求變，此書正好為大家更新一切應有的知識。

」

Vincent Cheung (Director, Consumer Imaging & Information
Group, Canon Hong Kong Company Limited)

「這部書涵蓋了香港各種獨特媒體環境的討論，從大家熟悉的角度出發，描寫品牌如何能在競爭中脫穎而出，如何找到獨一無二的宣傳渠道，如何每天與消費者建立緊密聯繫，在在反映marketing人每天面對的挑戰。

」

Alice Tsui-Berke (Regional Strategy Director, Starcom IP, North
& South Asia)

<<廣告X媒體>>

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>