

<<广告 公关新思维>>

图书基本信息

书名：<<广告 公关新思维>>

13位ISBN编号：9789629371142

10位ISBN编号：9629371146

出版时间：2006-4

出版时间：香港城市大学出版社

作者：陈家华，陈霓 著

页数：269

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

近年来，全球化与信息科技革命不断推进，传统广播媒介结合计算机网络的高速发展，为广告与公关公司带来新的挑战。

无论是公营或私营机构，都必须各出奇谋，寻找新的思维，设计具创意的广告宣传与策划公关活动。

香港的广告和公关行业经过数十年的发展，人才辈出，在国际上有优良声誉，他们累积了不少实质经验，非常值得我们借鉴。

本书访问了14位曾任职及现职广告公关公司的专业人员，是首本主要透过对谈形式，介绍广告发展的最新概念，以及创作策略和进程的专书。

受访人士均在香港及内地广告公关业内的不同范畴有出类拔萃的表现，他们在广告策划、创作、媒介分析、调查研究、公关写作、媒介关系、危机处理等方面，都是独当一面的领导人才，对行业有精辟独到的看法。

企业竞争日趋激烈，不论从事各行各业，均有机会接触无孔不入的广告营销行为、与传媒打交道，甚至处理企业危机。

阅毕本书，你会从作者与资深业界人士的对谈中一窥个中窍门，了解广告公关行业的发展状况及未来新趋势。

作者简介

陈家华博士，香港浸会大学传播系教授，主要从事大众传媒、广告及消费行为方面的研究，并在主要国际期刊发表了30多篇有关广告及消费行为的论文，陈教授曾任职跨国广告公司智威汤逊及奥美广告，也曾在跨国电脑公司的市场传讯部任职公共关系工作。

书籍目录

序言第一部分 广告业 1.广告理论及新思维 2.香港广告业概况 与广告业界对谈 3.广告创意及创意公司的管理 4.香港的广告媒介策划 5.广告公司的管理及业务拓展 6.广告业的入行与晋升 7.香港电视广告的审查 8.量度广告效用 9.中国广告媒介策划 10.品牌建立在中国第二部分 公关业 11.走近公共关系——理论与实践概要 12.香港公共关系的演变 与公关业界对谈 13.公关写作的功能及责任 14.如何撰写活动建议书 15.如何撰写新闻稿及特写 16.创意公关写作 17.与传媒打好关系 18.危机传讯及管理附录 附录一 反传统的公关稿件 附录二 香港广告公关专业团体 附录三 本港及国际广告公关媒介资源 附录四 广告公关进修途径

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>