第一图书网, tushu007.com

<<广告学>>

图书基本信息

书名：<<广告学>>

13位ISBN编号：9787111096559

10位ISBN编号：711109655X

出版时间：2002-5

出版时间：机械工业

作者：[美]托马斯·C.奥吉恩[ThomasC.O

页数：654

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本书详细阐述了广告业的结构，现代广告的进化过程及其社会、伦理和法规因素，广告与消费者行为，广告调查，广告策划的基础及过程，以及在广告计划实施过程，包括从讯息设计到媒介策划与评估中必须注意的所有问题。
整合营销传播的观念、方法及例证始终贯穿全书。
书中还提供了400多条广告以及大量的网址，并采用了许多最新、最广泛的参考资料，具有很强的实用性。

本书适用于广告、传播和营销专业本科生、研究生、教师以及相关领域专业人士、研究人员。

作者简介

托马斯·C·奥吉恩，伊利诺伊大学传播研究学院，广告与工商管理研究教授。

书籍目录

推荐序译者序前言第一部分 在商业与社会背景中的广告活动 第1章　广告是一种活动 广告是什么？　广告与广告战役 作为传播活动的广告　经由大众媒介的传播模式　广告受众　全球性问题 摩托罗拉的全球战役——飞冲天 作为商业活动的广告　广告在营销活动中的作用 新媒介 网络大，大不过SEINFELD　广告的种类　广告对经济的作用 广告与整合营销传播　整合营销传播 概况 小结 重点词汇 复习思考题 实践活动 网络应用 第2章　广告业的构成：广告主、广告公司与辅助性组织 变革中的行业 广告业的范畴 广告业的结构　广告主　全球性问题Nestle实施全球整合营销传播　广告公司　广告公司的服务　广告公司的取酬、宣传和重新规划　整合营销传播 来点自己的整合营销传播 外援　新媒介 广播电视网？
　媒介组织 小结 重点词汇 复习思考题 实践活动 网络应用 第3章 广告的进化 根本影响　资本主义的兴起　工业革命　生产商对分销渠道控制权的追求 新媒介：推式技术没有推动力　当代大众媒介的兴起 广告实践　前工业化时期（1800年以前）　工业化时期（1800-1875年）　巴纳姆时期（1875-1918年）　20世纪20年代（1918-1929年）　…… 第4章　广告的社会、伦理和管理因素第二部分 策划：分析广告环境 第5章　广告与消费者行为 第6章　市场细分、定位与价值主张 第7章　广告调查 第8章　广告计划 第9章　广告策划：国际视角第三部分 讯息的准备 第10章　创造力与广告 第11章　讯息战略目标与方法 第12章　文案写作 第13章　艺术指导与广告制作第四部分 讯息的发布：媒体与辅助性传播 第14章　媒介的策划、目标和战略 第15章　印刷、电视和广播媒介的评估 第16章　辅助性媒介、焦点广告和活动赞助 第17章　网络广告 第18章　销售推广 第19章　直效营销 第20章　公共关系和企业广告 附录 网

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