

<<广告策划>>

图书基本信息

书名：<<广告策划>>

13位ISBN编号：9787111423508

10位ISBN编号：711142350X

出版时间：2013-5

出版时间：吴柏林 机械工业出版社 (2013-05出版)

作者：吴柏林

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>

<<广告策划>>

内容概要

吴柏林编写的这本《广告策划(实务与案例第2版)》注重广告策划教学的综合性与实用性。在行文上力求提纲挈领；在语言表述上力求自然、准确、简练，尽可能使用广告人喜闻乐见的语言，并避免学究气和华而不实。

案例教学与互动式教学历来是广告策划课程的鲜明特色之一，通过精选案例分析与研究引导学生更快地进入学习状态，真正以广告人的身份进入广告策划的学习。

《广告策划(实务与案例第2版)》适用于市场营销、广告学等相关专业本科生与研究生，以及相应领域的社会工作人士。

<<广告策划>>

作者简介

吴柏林，男，1958年8月出生于湖北。

中山大学公共传播学系副教授、硕士研究生导师；中山大学公共传播研究所副所长；中国广告协会学术委员会委员；中国CI推进委员会副秘书长；广东省广告协会学术委员会委员；广东省广告协会企业资质认定委员会委员；中山大学“管理论坛”演讲嘉宾；羊城晚报“财富沙龙”评点嘉宾。

长期从事广告学、营销传播、CI战略等方面的教学、研究与开发工作。

近年来在《经济管理》、《企业管理》、《企业经济》、《企业家》与《经营者》等杂志上发表论文40余篇。

出版的著作主要有《公共关系学》、《公共关系学教程》、《公司文化管理》、《企业影象管理》、《广告策划与策略》、《广告创意策略》、《消费心理与营销策略》等。

早在1995年吴柏林老师就和他的课题组尝试《广告策划与策略》的教学改革试验，1998年便形成了一个较为完整，实用的教学模式。

2000年7月，在广东省高校第六批电化教育试验课程评奖活动中，《广告策划与策略》课程荣获该次电化教育试验课优秀课程一等奖。

此项研究的后续成果又于2000年9月荣获中山大学第四届校级教学成果一等奖。

于2000年12月荣获广东省高等学校第四届省级教学成果二等奖。

2005年11月《广告策划与策略》网络课程又在“第九届全国多媒体教育软件大奖赛”中喜获优秀奖。

让人不可思议的是，吴柏林老师居然还是一个CG设计的发烧友！本教材随书赠送的DVD教学光盘中所有的三维动画、影视后期与视觉效果都是由他亲自主持设计的。

经他设计的CG静帧与短片，有的为CG杂志收藏，有的还正在电视台热播呢。

<<广告策划>>

书籍目录

第2版前言第1版前言教学建议第1章 广告策划概论 开篇案例 AAAA的一则关于广告的广告 1.1 对广告概念与功能的重新审视 1.2 广告策划概述 1.3 整合营销传播：广告策划新境界 本章小结 测试题第2章 广告调查研究 开篇案例 关于“速溶咖啡”与“一次性尿布”的广告调研 2.1 调查研究：广告策划的基础 2.2 信息来源及调查研究的类型 2.3 问卷设计 2.4 调查实施 2.5 调研报告的撰写 本章小结 测试题第3章 广告定位策略 开篇案例 想想小的好处——德国大众的汽车广告 3.1 市场细分与广告定位 3.2 广告定位战略 3.3 广告定位战术 本章小结 测试题第4章 广告目标与预算 开篇案例 我们在广告上的投入真的重要吗 4.1 广告目标 4.2 DAGMAR法 4.3 广告预算 本章小结 测试题第5章 广告策略规划 开篇案例 “一人之军”广告战役 5.1 广告计划编制程序 5.2 公关广告策划 5.3 促销广告策划 本章小结 测试题第6章 广告创意策略 开篇案例 动物历险记 6.1 广告创意概论 6.2 广告创意的基本范畴 6.3 广告创意过程 6.4 广告创意方法 本章小结 测试题第7章 广告文案写作 开篇案例 大卫·奥格威为劳斯莱斯汽车所写的广告文案 7.1 广告文案的写作过程 7.2 广告文案的结构与写作 7.3 广告文案的体式 本章小结 测试题第8章 广告媒体策划 开篇案例 中央电视台2009年广告招标总额超过92亿元 8.1 广告媒体概述 8.2 广告媒体的选择程序 8.3 广告媒体的选择策略 本章小结 测试题第9章 广告效果评估 开篇案例 浪费的那一半哪去了 9.1 广告效果的特性 9.2 广告效果的评估指标 9.3 评估实施与分析 本章小结 测试题第10章 综合案例研究 10.1 植入式广告：007电影商业成功的奥秘 10.2 营销《新快报》 10.3 “代代相传，由你开始”：Patek Philippe手表营销附录A 各章测试题参考答案附录B 广告策划模拟考试试题与参考答案参考文献

<<广告策划>>

编辑推荐

通过学习由吴柏林编写的这本《广告策划(实务与案例第2版)》，能帮助学生从整体上把握广告策划的基本原理与方法，了解广告运作的基本环节，熟悉广告策划的基本策略与技巧，为学生将来从事广告策划工作做好知识与技能上的准备。

本教材不仅可作为广告学、市场营销学、公共关系学、广告设计等学科的专业基础课教材，新闻传播、企业管理、经济管理、电子商务、艺术(装潢)设计等学科的专业选修课教材或参考书，也能满足广告公司、公共关系公司、文化传播机构、营销策划机构、政府宣传部门中从事广告策划、营销传播、宣传推广工作的专业人士以及广大广告策划与创意爱好者的学习需求。

<<广告策划>>

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>