

<<广告与公关>>

图书基本信息

书名：<<广告与公关>>

13位ISBN编号：9787112033959

10位ISBN编号：7112033950

出版时间：1998-5

出版时间：中国建筑工业出版社

作者：乔宽元

页数：236

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>

<<广告与公关>>

内容概要

广告是商品经济发展的产物，同时广告的发展又促进了商品经济的发展。在现代社会中，广告业的发展水平已成为衡量一个国家或地区经济发展水平的重要标志之一。随着我国改革开放的深入和社会主义市场经济体制的逐步建立，广告正发挥着日益重要的作用。作为现代信息产业的重要组成部分，广告不断实现着生产与生产、生产与流通、生产与消费，以及流通与消费之间的联系，成为促进商品生产和商品流通进一步发展的不可或缺的重要因素之一，推动着现代社会再生产的顺利进行。这种作用随着社会化大生产的发展及商品经济的发展将会变得越来越明显。

<<广告与公关>>

书籍目录

绪论一、广告与公关概述二、广告与公关的基本功能三、广告与公关的内在联系及各自不同的特点上篇 广告公关第一章 广告业公共关系一、公共关系的涵义和基本特征二、公共关系的产生和发展三、发展广告业公共关系的意义第二章 广告业公共关系的职能一、广告业公共关系职能概述二、广告业公共关系职能之一：实现双向的信息传播沟通三、广告业公共关系职能之二：协调内外部关系四、广告业公共关系职能之三：为企业决策提供咨询服务五、广告业公共关系职能之四：塑造良好的组织形象第三章 广告业公共关系的主体一、广告业公共关系的主体二、广告业公共关系的客体三、广告业公共关系的媒体第四章 广告业公共关系的实施步骤一、广告业公共关系的调查研究二、广告业公共关系的谋划对策三、广告业公共关系的方案实施四、广告业公共关系的效果评价第五章 广告业公共关系的类型（上）一、内部公众关系二、媒介公众关系三、社区公众关系四、消费者公众关系五、业务关系六、同业公众关系第六章 广告业公共关系的类型（下）一、开拓型公共关系二、预防型公共关系三、矫正型公共关系四、社会型公共关系五、服务型公共关系六、征询型公共关系七、宣传型公共关系第七章 广告企业危机公关一、危机的基本类型和特征二、危机管理与预防三、广告企业危机公关处理下篇 公关广告第八章 公共关系广告一、公共关系广告的涵义二、公共关系广告的特点三、公共关系广告的作用第九章 公共关系广告的类型（上）一、观念型广告二、实力型广告三、解释型广告四、致歉型广告五、征求型广告六、信誉型广告第十章 公共关系广告的类型（下）一、祝贺型广告二、赞助型广告三、公益型广告四、致谢型广告五、活动型广告六、倡导型广告第十一章 公共关系广告的策划一、公关广告策划的含义和作用二、公关广告策划的内容和程序三、公关广告策划的方式四、公关广告策划的技巧第十二章 公共关系广告的制作一、公关广告的主题确定二、公关广告的时机选择三、公关广告的构思技巧四、公关广告的语言艺术第十三章 公共关系广告策略一、公关广告的系统策略二、公关广告利用社会背景策略三、公关广告的心理策略第十四章 公共关系广告媒体策划一、媒体计划二、报纸公关广告三、杂志公关广告四、广播公关广告五、电视公关广告六、POP公关广告附录一、国际公共关系协会（LPR）的行为准则二、中国公共关系职业道德准则后记

章节摘录

在生活中，广告与我们朝夕相伴。

翻开报纸、杂志、打开电视机、收音机，各种广告随处可见。

走在街上，那些霓虹灯广告、灯箱广告、橱窗广告、路牌广告更是五光十色，令人目不暇接。

这许许多多广告，我们可以从不同的角度进行分类。

1.按广告的性质分类这种分类主要从广告管理的需要出发，一般可分为：（1）经济广告（也称商业广告或工商广告）。

它是以盈利为目的的商品或劳务广告，主要指生产、流通领域以及服务行业的广告。

它以宣传商品、商品生产或服务信息为主。

（2）文化广告。

指传播科学、文化教育、艺术、新闻出版、体育、卫生、广播电视等各项文化事业信息的广告，这类广告思想性较鲜明。

（3）社会广告。

指传播福利、保险、医疗保健及征婚、征租、招聘、寻人、挂失、招领、对换工作等信息的广告。

（4）政府公告。

指公安、法院、财政、税务、工商管理及交通、卫生、建设等部门发布的公告。

这些公告也具有广告的作用。

2.按广告的目的分类从广告最终目的划分，有盈利性广告（商业广告）和非盈利性广告（非商业性广告）。

从广告直接目的划分有营销广告（商品服务广告）和公共关系广告。

营销广告是以商品（或劳务）销售而获取利益为目的的广告，主要向消费者介绍本企业商品（或劳务）的特征，目的是打开销路，提高市场占有率。

<<广告与公关>>

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>