第一图书网, tushu007.com

<<广告人手册>>

图书基本信息

书名：<<广告人手册>>

13位ISBN编号：9787112077830

10位ISBN编号：7112077834

出版时间：2005-11

出版时间：中国建筑工业出版社

作者：赵明

页数：352

字数：500000

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

本书为艺术设计系列手册之一，全书共分3篇12章。
第1篇为广告管理，介绍广告的基本概念、市场营销与公共关系，广告主（企业广告部门），广告公司的职能与业务管理，广告发布者的审批与行为规范，广告市场的政府管理，行业自律与社会监督。
第2篇为广告策划创意，介绍广告调查与数据库营销，营销策划与广告策划，广告媒介策略，广告创意及实施，平面设计（文字设计、标志设计、广告设计、包装设计、CI设计）。
第3篇为常用术语。
本书还附有《广告法》、《商标法》、《产品质量法》、《消费者权益保护法》等23个附录。
是一部集广告管理、策划、创意、设计为一体的资料性、指导性的案头工具书。
　本书可供广告人（管理、策划、创意、设计、制作、发布人员）工作参考，可供新闻出版（书、报、刊）业、商业、服务业宣传、营销人员学习参考，亦可供感兴趣的广大消费者阅读。

书籍目录

第一篇 广告管理 第1章 广告概述 第1节 广告历史简述 第2节 广告的基本概念 第3节 市场营销 第4节 公共关系 第2章 广告主 第1节 广告主的概念 第2节 企业广告部门的设置及组织结构 第3节 企业广告部门的职能 第3章 广告公司 第1节 广告公司的类型及特点 第2节 广告公司的组织结构 第3节 专业广告公司各主要部门的职能 第4节 广告公司的业务管理 第5节 广告公司的从事管理 第4章 广告发布者 第1节 广告发布者的概念和作用 第2节 对广告发布者的审批登记 第3节 媒价广告部门的机构设置与职能 第4节 广告发布者的行为规范 第5章 广告市场的政府管理 第1节 行政管理体系 第2节 广告法律体系 第6章 行业自律与社会监督 第1节 广告行业自律 第2节 广告市场的社会监督 第二篇 广告策划创意 第7章 广告调查与数据库营销 第1节 广告调查和市场调查 第2节 市场调查的内容和分类 第3节 数据库 第4节 数据库的统计分析 第5节 市场调查的基本流程 第6节 数据库应用实例—数据库营销 第7节 营销调查 第8章 营销策划与广告策划 第1节 营销策划 第2节 如何控制营销过程 第3节 广告策划 第9章 广告媒介策略 第10章 广告创意 第11章 广告创意实施 第12章 平面设计第三篇 常用名词与术语。

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