第一图书网, tushu007.com

<<广告学概论>>

图书基本信息

书名：<<广告学概论>>

13位ISBN编号：9787121093685

10位ISBN编号：7121093685

出版时间：1970-1

出版时间：电子工业出版社

作者：印富贵 著

页数：24

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

前言

本书是在2006年出版的《广告学概论》的基础上修订而成的。
在第2版的编写过程中，我们根据近年来教学情况和相关院校反馈的信息，在参阅了大量国内外优秀的新教材、新的研究成果、新的实践经验的基础上，对本书的内容进行了较大幅度的调整，具体表现在以下5个方面：　　1.删除了第l版中关于“广告环境分析”和“整合营销传播”两章。
2.增加了“广告伦理”一章。
广告伦理问题近年来受到了社会的普遍关注，广告伦理建设需要进一步加强，所以增设这一章有较现实的意义。
3.增加“网络广告”一章。
网络广告在我国得到了长足的发展，读者在学习广告学时有必要对网络广告有较全面的了解和研究。
4.调整了各章前后的“引导案例”、“专论”以及正文部分的“相关链接”等内容，对第1版中一些陈旧的内容和资料数据进行了更新。
5.重新设计了课后练习题。
设计了“重点概念”、“问题理解”、“案例分析”、“调查研究”、“技能训练”等项目，加强了课程实践环节的练习。
由于第1版的体例比较新颖，所以第2版仍沿用了原来的体例，主要由以下6方面构成：　　1.通过章前“引导案例”让读者对本章主题产生兴趣。
2.每章开头设“本章学习目标”，让读者在学习前先明确学习目标。
3.提炼各章的关键词汇并设有“关键术语”栏。
4.在正文中插入“相关链接”、“案例分析”以及大量的经典广告作品，使正文有良好的拓展性，同时更具可读性。
5.各章末设“专论”，对各章内容进行扩展和补充，尤其是有关各章主题的相关理论观点和实践经验总结。
6.各章后设置有多种形式的练习和技能训练题，可供老师和学生进行选择练习，通过练习和训练强化教学效果。

内容概要

《广告学概论（第2版）》面向应用型本科院校师生，是一本内容有所拓展并且有一定新意的广告学基础教材。
第1版出版后获得好评。
全书共12章。
每章以一则引导性案例开始，各章节根据情况加入了相关链接及大量经典广告作品剖析，作为对基础理论的延伸。
每章后还附有与该章内容密切相关并具有互补性的专论或资料，对启发学生和读者联系实际、开拓思路有一定的作用。
新版不仅在内容与案例上做了更新与整合，还大大丰富了课后复习的类型及技能训练，使学生进一步理解与巩固所学的知识。

书籍目录

第1章 广告概述1.1 广告的含义和特性1.2 广告的分类1.3 广告的影响和作用1.4 广告学与其他学科的关系1.5 广告学的学习方法指导本章小结专论1重点概念问题理解案例分析调查研究第2章 广告简史2.1 世界简史2.2 中国广告发展简史本章小结专论2重点概念问题理解案例分析调查研究第3章 广告伦理3.1 广告伦理的含义3.2 广告道德与伦理规范3.3 广告伦理对广告主体的影响3.4 广告伦理的缺失3.5 广告伦理的实现途径本章小结专论3重点概念问题理解案例分析调查研究第4章 广告策划4.1 广告策划的含义及特性4.2 广告策划的内容4.3 广告策划书的撰写本章小结专论4重点概念问题理解技能训练第5章 广告创意与表现5.1 广告创意的概念及其特性5.2 广告创意流程5.3 经典广告创意观5.4 广告创意方法5.5 广告创意应注意的问题5.6 广告创意表现本章小结专论5重点概念问题理解案例分析技能训练第6章 广告媒体6.1 广告媒体概述6.2 各类广告媒体的特点分析6.3 广告媒体的分析评价与选择6.4 广告媒体策略6.5 广告媒体计划书本章小结专论6重点概念问题理解案例分析技能训练调查研究第7章 广告文案7.1 广告文案概述7.2 广告文案的写作7.3 广播、电视广告文案的创作技巧7.4 软文广告的创作技巧本章小结专论7重点概念问题理解案例分析技能训练第8章 广告受众心理8.1 广告受众的一般心理8.2 广告心理策略8.3 广告心理诉求本章小结专论8重点概念问题理解技能训练第9章 广告效果9.1 广告效果概述9.2 广告的经济效果9.3 广告传播效果测定9.4 广告社会效果的测定9.5 影响广告效果的因素分析本章小结专论9重点概念问题理解案例分析技能训练第10章 高高组织于经营10.1 广告组织10.2 广告代理制10.3 广告公司经营管理本章小结专论10重点概念问题理解技能训练第11章 广告管理11.1 广告管理概述11.2 广告法规管理11.3 广告行业自律11.4 现代广告的社会监督管理本章小结重点概念问题理解案例分析第12章 网络广告12.1 网络广告概述12.2 网络广告的基本形式及发布12.3 我国网络广告的发展现状与前景本章小结专论11重点概念问题理解技能训练参考文献

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