

<<广告理论与实务>>

图书基本信息

书名：<<广告理论与实务>>

13位ISBN编号：9787121114298

10位ISBN编号：7121114291

出版时间：2010-8

出版时间：电子工业出版社

作者：段广建

页数：262

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>

<<广告理论与实务>>

内容概要

本书从培养高职高专人才的角度出发，以科学性、系统性、实用性和适用性为原则，吸收了广告领域的新理论、新方法，注重原理与案例相结合，能力培养与技能训练相结合，广告实践与广告理论相结合。

本次修订适应信息技术的发展，对网络广告部分进行了充实，选用中国市场上有影响的营销事件，对部分案例进行了调整。

本书既可以作为高等职业学校、高等专科学校市场营销专业及其他经管类专业的通用教材，也可供经济管理专业人员自学和培训使用。

<<广告理论与实务>>

书籍目录

第1章 广告概述 1.1 广告基本知识 1.2 广告的历史与发展 1.3 广告的分类 1.4 广告的要
素 本章小结 复习思考题 实训题 第2章 广告心理 2.1 广告心理概述 2.2 广告设计与公众
心理 2.3 广告心理策略 本章小结 复习思考题 实训题 第3章 广告调查 3.1 广告调查的作
用和内容 3.2 广告调查的程序和方法 3.3 广告计划的制定 3.4 广告费用的预算 本章小结
复习思考题 实训题 第4章 广告创意与策划 4.1 广告创意 4.2 广告创意思维及操作技巧
4.3 广告策划 4.4 广告策划书的撰写 本章小结 复习思考题 实训题 第5章 广告制作 5.1
广告文案 5.2 电波型广告制作 5.3 印刷广告制作 5.4 其他类型广告制作 本章小结 复
习思考题 实训题 第6章 广告媒体 6.1 广告媒体概述 6.2 广告媒体的选择 6.3 广告媒体组
合运用 6.4 媒体购买与广告发布 本章小结 复习思考题 实训题 第7章 广告策略 7.1 广告
策略概述 7.2 广告产品策略 7.3 广告市场策略 7.4 广告实施策略 本章小结 复习思考题
实训题 第8章 广告效果测评 8.1 广告效果概述 8.2 广告效果的测定原理 8.3 广告效果的
测评方法 本章小结 复习思考题 实训题 第9章 广告的组织与管理 9.1 广告组织 9.2 广告
管理 9.3 广告管理法律 本章小结 复习思考题 实训题 附录A 中外部分广告节介绍 参考文献

<<广告理论与实务>>

编辑推荐

《零距离上岗·高职高专市场营销专业系列规划教材：广告理论与实务（第2版）》是“零距离上岗高职高专市场营销专业系列规划教材”之一，全书共分9个章节，主要对广告理论与实务知识作了介绍，具体内容包括广告概述、广告心理、广告调查、广告创意与策划、广告媒体等。该书可供各大专院校作为教材使用，也可供从事相关工作的人员作为参考用书使用。

<<广告理论与实务>>

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>