

<<网络广告学>>

图书基本信息

书名：<<网络广告学>>

13位ISBN编号：9787121133572

10位ISBN编号：7121133571

出版时间：2011-5

出版时间：电子工业出版社

作者：杨坚争

页数：308

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>

<<网络广告学>>

内容概要

本书是一本全面论述网络广告的专业图书。作者针对当前网络广告蓬勃发展的现状，从广告、营销和计算机三个角度，对网络广告的理论 and 实践问题进行了深入的探讨。主要内容包括网络广告概述、网络广告一般原理、网络广告策划、网络广告设计、网络广告制作、网络广告推广、网络广告效果评估、网络广告管理八章内容。本书观点新颖，材料翔实，力求在阐述网络广告理论体系的同时，对实际应用和操作技巧给予读者具体的指导。本书是第3版，对部分章节进行了整合，更新了数据、案例和软件版本，体系更完善，内容更新颖。

<<网络广告学>>

书籍目录

第1章 网络广告概述

- 1.1 因特网——网络广告新媒体
- 1.2 网络广告的崛起
- 1.3 网络广告的发展趋势

思考题

第2章 网络广告一般原理

- 2.1 网络广告在信息社会中的功能
- 2.2 网络广告的传播对象
- 2.3 网络广告的基本原则
- 2.4 网络广告的价格水平

思考题

第3章 网络广告策划

- 3.1 网络广告策划的基本出发点
- 3.2 网络广告策略
- 3.3 网络广告费用预算

思考题

第4章 网络广告设计

- 4.1 网络广告的设计思路
- 4.2 网络广告的创意
- 4.3 网络广告设计基本要求
- 4.4 网络广告导向方式
- 4.5 网络广告表现手法

思考题

第5章 网络广告制作

- 5.1 网络广告制作流程
- 5.2 网络广告构思
- 5.3 网络广告文案的撰写
- 5.4 网络广告的图形与图像
- 5.5 网络广告平面画面的制作
- 5.6 网络广告动画画面的制作
- 5.7 网络广告立体画面的制作
- 5.8 富媒体网络广告的制作

思考题

第6章 网络广告推广

- 6.1 网络广告的站点发布
- 6.2 网络广告投放的类型与网站
- 6.3 网络广告的直接投放
- 6.4 通过广告代理商投放网络广告
- 6.5 通过网络广告联盟投放广告
- 6.6 许可电子邮件营销

思考题

第7章 网络广告效果评估

- 7.1 网络广告效果评估的意义
- 7.2 网络广告效果评估的特点与标准
- 7.3 网络广告效果评估原则与方法

<<网络广告学>>

7.4 网络广告受众的口碑评估

思考题

第8章 网络广告管理

8.1 网络广告管理的难点

8.2 网络广告组织管理

8.3 网络广告内容管理

8.4 网络广告中的若干法律问题

思考题

附录A 《2010年虚假违法广告专项整治工作实施意见》

附录B 违法广告公告制度

附录C 北京市网络广告管理暂行办法

附录D 关于在网络经济活动中保护消费者合法权益的通告

附录E 浙江省网络广告登记管理暂行办法

附录F 互联网电子邮件服务管理办法

附录G 中国互动网络广告行业自律守则

附录H 中国网络营销(广告)效果评估准则(意见稿)

附录I 几种常用的网络广告制作工具

参考文献

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>