第一图书网, tushu007.com

<<户外广告>>

图书基本信息

书名：<<户外广告>>

13位ISBN编号：9787208040472

10位ISBN编号：7208040478

出版时间：2003-8

出版时间：第1版 (2005年3月1日)

作者：樊志育

页数：264

字数：209000

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

户外广告凭借“花小钱立大功”的优势，已成为丁商与广告商争相选择的媒体宠儿，鉴于中国户外广告的发展潜力，以及提升户外广告技术之迫切，本书采集多方资料并配以生动的实例对户外广告进行了深刻的讲解，使户外广告之精华熔于一炉，趣味洋溢，可读性甚高。
　现代人的生活当中，处处充斥着五花八门的广告。
在繁复多样的媒体中，如何使广告有效，成为厂商与广告商煞费周章的课题。
而对广告主而言，不容讳言，最重要的还是广告效果问题。
如何以最少的广告投资，发挥最大的广告效果，成为问题焦点。
可是目前大众传播媒体，如报纸、电视等，广告价格如日中天，不断窜升。
相形之下，只有户外广告可以花小钱立大功。
据AC尼尔森国际媒介研究总部最新调查报告指出：“2000年，中国工商企业广告支出激增至八百亿元人民币，是亚太地区最大的广告市场，其中户外广告就占了10%，约八十亿元人民币”。
霎时之间，户外广告成为厂商与广告商争相选择的媒体宠儿。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

樊志育，原东吴大学专任教授兼企管系主任。

辅仁大学、中国文化大学、铭传大学兼任教授主授广告学、广告个案研究、广告效果测试、行销学。

<<户外广告>>

书籍目录

前言第一章 户外广告浅说 1—1户外广告的价值 1—2户外广告的特性 1—3户外广告的种类 1—4户外广告的对象 1—5怎样使户外广告奏效 1—6户外广告企划要点 1一7户外广告设计原则第二章 户外广告经营 2—1如何经营户外广告公司 2—2户外广告业务的承揽 2—3户外广告业经营方式的蜕变 2—4户外广告联营制度 2—5蓬勃发展中的美国招牌联营制度 2—6我国招牌业实施联营的可能性第三章 户外媒体发掘与运用 3—1善用户外媒体案例 3—2地铁动画广告构想第四章 广告招牌 4一1广告招牌的功能 4—2广告招牌的种类 4—3我国招牌的沿革 4—4招牌是最低廉的广告途径 4—5招牌广告设计注意事项 4—6招牌广告造型设计案例第五章 店面广告 5—1店面广告的新趋势 5—2设计店面广告应重视五 5—3店面广告企划原则 5—4美国购物中心的店面装潢 5—5美国店面广告新科技 5—6橱窗的功能 5—7橱窗设计攸关事业成败 5—8欧洲橱窗设计的新趋势 5—9创造具有中国风格的橱窗 5—10海报传播的重要性 5一11冬季纽约橱窗设计第六章 交通广告 6—1何谓交通广告 6—2交通广告的特性 6—3美日两国的交通广告 6—4美国卡车广告的演进 6—5交通广告的死角 6—6如何提高交通广告效果 ……第七章 空中广告与充气塑型广告第八章 霓虹广告设计制作第九章 展示空间设计第十章 户外广告创意与科技第十一章 户外广告制作实务第十二章 户外广告世界巡礼第十三章 精彩实例参考文献

媒体关注与评论

前言　　现代人的生活当中，处处充斥着五花八门的广告。
在繁复多样的媒体中，如何使广告有效，成为厂商与广告商煞费周章的课题。
而对广告主而言，不容讳言，最重要的还是广告效果问题。
如何以最少的广告投资，发挥最大的广告效果，成为问题焦点。
可是目前大众传播媒体，如报纸、电视等，广告价格如日中天，不断窜升。
相形之下，只有户外广告可以花小钱立大功。
据AC尼尔森国际媒介研究总部最新调查报告指出：“ 2000年，中国工商企业广告支出激增至八百亿元人民币，是亚太地区最大的广告市场，其中户外广告就占了10%，约八十亿元人民币 ”。
霎时之间，户外广告成为厂商与广告商争相选择的媒体宠儿。
　　百事可乐大中国地区媒体部经理Fion Lee认为，“ 小型户外广告更会接近顾客 ”。
根据他可靠的估计，百事可乐在中国的广告支出中，至少有50%以上花在户外广告媒体。
　　上海人民出版社，鉴于祖国户外广告的发展潜力，以及提升户外广告制作技术之迫切性，特嘱作者编著“ 户外广告 ”专书，并一再督促及早成书，唯作者虽对广告领域多所钻研，但对户外广告猎涉不多。
所幸小儿樊震，以其美国伊利诺大学工业设计硕士的学历背景，和任职杜邦、爱克发、日本凸版印刷公司等多年的历练，及目前在美国从事户外广告事业，对美国户外广告了若指掌。
不但是项资料汗牛充栋，且富户外广告经营实务及制作技术，对本书着墨颇多。
长孙樊少凯，在美国成长，深谙美国文化习俗，对文案俚语之翻译，颇多付出。
贤婿李浩博士和小女樊娟娟赴欧参加国际学术会议之便，拍下极有价值的欧洲户外广告多帧，使欧美户外广告之精华熔于一炉。
如在“ 博君一笑的户外广告 ”内容中，网罗奇招异术的户外广告无数，趣味洋溢，令人莞尔，备增可读性。
　　当兹本书付梓之际，除对本书付出心力者致以真挚的祝福外，并对上海人民出版社致以无上的崇敬之忱，没有该社的鼓励和督促，就没有本书的诞生。
　　著者谨识于美国新泽西寓所　　2001年5月10日

第一图书网, tushu007.com

<<户外广告>>

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