第一图书网, tushu007.com

# <<广告学教程>>

## 图书基本信息

书名：<<广告学教程>>

13位ISBN编号：9787301071526

10位ISBN编号：7301071523

出版时间：2005-9

出版时间：北京大学

作者：蔡嘉清

页数：270

字数：465000

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

本教程以营销、设计、传播等学科为背景，系统阐述了广告运作的机制和原理。
在理论与实践结合的基础上，通过精心挑选的500余幅最新广告作品的生动展示，全面探讨了广告策划、广告设计、广告传播的整合视野和操作规程，形成了以广告讯息来源、广告讯息加工以及广告讯息发布为主线的实用型广告学教材体系。

## 作者简介

蔡嘉清，湖北工业大学广告学教授、硕士研究生导师、学科带头人，中国高校市场学研究会理事，中国高教学会美育研究会理事。

先后毕业于中南财经大学和武汉大学。
近年来主持完成了3项省级以上重点科研课题，荣获过国家轻工部、省级优秀科研成果奖8项，在全国社科类、

# <<广告学教程>>

## 书籍目录

第一章 广告概述——揭开神秘的广告面纱 第一节 广告概述 第二节 广告学的学科特征第二章 广告运作——置身商海的游戏规则 第一节 广告市场的形成 第二节 广告公司的内部管理第三章 广告心理——引发共鸣的沟通奥秘 第一节 广告需求的动机理论 第二节 广告接受人的认知反应 第三节 广告传递的视觉沟通第四章 广告调研——寻找诉求的有效途径 第一节 发挥有效的调研功能 第二节 寻求最佳的调研模式 第三节 常用的广告调研方法第五章 广告战略——宏观把握的资源调控 第一节 正确选定广告目标 第二节 充分集聚广告资源 第三节 全力打造广告品牌第六章 广告策划——走向成功的谋略奇招 第一节 广告策划的谋略战术 第二节 广告策划的谋略重点 第三节 广告策划的动作实施第七章 广告创意——匠心独运的制胜法宝 第一节 初识人的创意力 第二节 广告创意的评价依据 第三节 广告创意的发散类型 第四节 广告创意的生成过程 第五节 广告创意的成功秘笈第八章 广告文案——诠释主题的语言技巧 第一节 广告文案的结构分析 第二节 广告文案的体裁分类 第三节 广告文案的审美效应 第四节 广告文案的媒体表现第九章 广告设计——创造语境的审美通道……第十章 广告制作——加工创意的雕琢工艺第十一章 广告媒体——承载讯息的媒介运用第十二章 广告传播——实现沟通的效果评估参阅资料

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