

<<广告策划原理与实务>>

图书基本信息

书名：<<广告策划原理与实务>>

13位ISBN编号：9787304037437

10位ISBN编号：7304037431

出版时间：2007-1

出版时间：中央广电大

作者：陈培爱

页数：436

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>

## <<广告策划原理与实务>>

### 内容概要

全书主要包括：第一篇广告策划原理，其中有广告策划概述、广告策划的思维方法、广告策划的理论依据、广告策划与整合营销传播等；第二篇广告策划实务，它有广告策划中的市场调研、广告策划中的目标策略、广告媒介策划、广告策划评估、广告策划效果评估、企业形象策划、企业创牌策划、促销活动策划等；第三篇广告策划书编写，包括广告策划书的编写程序与内容、广告策划书的实施与评价、广告策划书案例等；共计十五章内容。

每章前有本章的要点提示和学习方法引导，在每章的后附有小结和复习思考题。

## <<广告策划原理与实务>>

### 作者简介

陈培爱，1950年生。  
现任厦门大学人文学院副院长兼新闻传播系主任，教授。  
中央广播电视大学主进教师。  
厦门大学于1983年6月在全国首创广告学专业，他是我国改革开放后最早从事广告教育的开拓者之一。

主要著作有《广告原理与方法》、《广告写作艺术》、《广告策划》、《中外广告史》等10余部。  
其名字与成果载入大型工具书《中国当代中青年社会科学家辞典》、《中国100所高等学校中青年社科教授概览》及各类专家名典中。

## <<广告策划原理与实务>>

### 书籍目录

#### 第一篇 广告策划原理

##### 第一章 广告策划概述

###### 第一节 策划的历史渊源

###### 第二节 广告策划的概念与作用

###### 第三节 广告策划的类型与原则

阅读材料：房地产企业核心竞争力培育

##### 第二章 广告策划的思维方法

###### 第一节 广告策划中的思维方法

###### 第二节 广告策划中的发散思维与集中思维

###### 第三节 广告策划中的广义灵感论与系统方法

阅读材料：闽南婚俗文化的策划灵感

##### 第三章 广告策划的理论依据

###### 第一节 广告策划与传播学原理

###### 第二节 广告策划与市场学原理

###### 第三节 广告策划与消费者行为

###### 第四节 广告策划与文化观念

阅读材料：海尔、联想与TCL的企业文化比较

##### 第四章 广告策划与整合营销传播

###### 第一节 整合营销传播的概念与特性

###### 第二节 整合营销传播的内涵

###### 第三节 广告策划与整合营销传播

阅读材料：平安品牌的整合推广

#### 第二篇 广告策划实务

##### 第五章 广告策划中的市场调研

###### 第一节 广告市场调查

###### 第二节 广告市场分析

###### 第三节 广告策划中信息资料的运用

阅读材料：一次细分市场的胜利

##### 第六章 广告策划中的目标策略

###### 第一节 广告目标策略

###### 第二节 广告定位策略

###### 第三节 广告主题策略

###### 第四节 广告表现策略

阅读材料：新传播环境下的广告创意策略

##### 第七章 广告媒介策划

###### 第一节 广告媒介组合策略

###### 第二节 广告传播时机策略

###### 第三节 广告非媒介方式策略

阅读材料：透视新旧媒体的分与合

##### 第八章 广告预算策划

###### 第一节 广告预算策划的根据

###### 第二节 广告预算策划的内容与方法

###### 第三节 广告预算的分配

###### 第四节 新老产品广告预算策略

阅读材料：论企业广告投资效益

## <<广告策划原理与实务>>

### 第九章 广告策划效果评估

#### 第一节 广告策划效果评估的意义与内容

#### 第二节 广告策划效果评估的标准

#### 第三节 广告策划效果评估的方法

阅读材料：新品牌的“广告花费效果”研究

### 第十章 企业形象策划

#### 第一节 企业形象概述

#### 第二节 企业形象广告

#### 第三节 企业形象广告创意与制作技巧

阅读材料：新加坡政府品牌形象建设

### 第十一章 企业创牌策划

#### 第一节 品牌经营策略

#### 第二节 从品牌到名牌

#### 第三节 民族品牌的困惑

阅读材料：缺乏竞争力，谈何民族品牌

### 第十二章 促销活动策划

#### 第一节 广告活动与促销活动的关系

#### 第二节 促销活动策划的几种形式

#### 第三节 促销策划新趋势

阅读材料：从“动感地带”看个性化促销

### 第三篇 广告策划书编写

### 第十三章 广告策划书的编写程序与内容

#### 第一节 广告策划作业流程

#### 第二节 广告策划书的主要内容

#### 第三节 广告策划书的编写技巧

阅读材料：烟台长城葡萄酒的竞争策略

### 第十四章 广告策划书的实施与评价

#### 第一节 广告提案

#### 第二节 广告策划书的实施

#### 第三节 广告策划方案的评价

阅读材料：屈臣氏品牌策划方案评价

### 第十五章 广告策划书案例

#### 第一节 向阳坊品牌形象策划建议书

#### 第二节 青骨美健骨口服液品牌创建策划书

#### 第三节 蓝月亮洗衣液市场推广策划书

#### 第四节 夏新手机品牌提升策划方案

### 后记

<<广告策划原理与实务>>

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>