

<<店面广告学>>

图书基本信息

书名：<<店面广告学>>

13位ISBN编号：9787500102748

10位ISBN编号：7500102747

出版时间：1994-04

出版时间：中国对外翻译出版公司

作者：樊志育

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>

<<店面广告学>>

作者简介

著者简介

前国立长春法政大学毕业

国立东北大学毕业

文化大学广告系兼任教授

辅仁大学统计系兼任教授

东吴大学企管系专任教授、系主任

中华电视台空中教学主讲“广告知识”

国际广告协会（IAA）会员

著作

1.广告学

2.广告学新论

3.广告学原理

4.店面广告学

5.广告设计学

6.广告效果研究

7.广播电视广告学

8.市场学

9.市场调查

10.企业概论

11.广告知识

12.中外广告史

13.经营管理学

14.广告相关法规

<<店面广告学>>

书籍目录

店面广告学

目录

第1章 店面广告之重要性

- 1 - 1 零售业脱颖而出的秘诀
- 1 - 2 只凭大众传播的广告时代已成过去
- 1 - 3 面临消费者选择商品的时代
- 1 - 4 重视店面陈列的日本花王公司

第2章 店面广告之趋势

- 2 - 1 店面广告时代来临
- 2 - 2 店面广告是促销战略的中枢
- 2 - 3 我国店面广告的来龙去脉
- 2 - 4 因应技术革新时代的店面广告
- 2 - 5 重视店面整体的设计

第3章 店面广告之功能

- 3 - 1 店面广告
- 3 - 2 店面广告与AIDMA
- 3 - 3 店面广告的十大功能
- 3 - 4 在传播过程中的功能
 - 3 - 4 - 1 对生产者的功能
 - 3 - 4 - 2 对批发商的功能
 - 3 - 4 - 3 对零售店的功能
- 3 - 5 在店面对消费者传播的功能
- 3 - 6 综合的功能

第4章 店面广告的种类

- 4 - 1 店面广告的四大大分类
- 4 - 2 店面广告的时空分类法
- 4 - 3 常用的店面广告

第5章 益渐盛行的店面系统

- 5 - 1 店面系统架构
- 5 - 2 店面系统开发与情报资料
- 5 - 3 资料运用之方法
- 5 - 4 设定被选择之商店标准
- 5 - 5 顾客生活形态之掌握
- 5 - 6 顾客对零售店之选择
- 5 - 7 店面系统之开发须作关联性购买分析
- 5 - 8 店面商品化的意义
 - 5 - 8 - 1 整体促销策略的店面商品化
 - 5 - 8 - 2 厂商对零售店运用店面商品化的课题
- 5 - 9 消费者选择超级市场考虑因素

第6章 店面广告与促销的关系

- 6 - 1 购买时点的空间
- 6 - 2 以店面为中心的促销

第7章 店面广告企划原则

- 7 - 1 店面广告企划之一般原则
- 7 - 2 设计店面广告应重视五点

<<店面广告学>>

- 7 - 3 店面广告企划者之要件
- 7 - 4 企划店面广告注意事项
- 7 - 5 店面广告作业要点
- 第8章 店面广告企划与制作程序
- 8 - 1 制作程序上的特征
- 8 - 2 店面商品化的步骤
- 8 - 3 店面广告企划的重点
- 8 - 4 企划制作店面广告首须考虑之事项
- 8 - 5 企划制作店面广告的三阶段
- 8 - 6 企划店面广告所涉及之领域
- 8 - 7 拟定店面广告应走之方向
- 8 - 8 店面广告“物”之设计与制作
- 8 - 9 设计成本日程三者兼顾
- 8 - 10 店面广告制作流程
- 8 - 10 - 1 方针
- 8 - 10 - 2 计划
- 8 - 10 - 3 构想
- 8 - 10 - 4 说明会
- 8 - 10 - 5 设计
- 8 - 10 - 6 试制
- 8 - 10 - 7 估价工程
- 8 - 10 - 8 试制品说明
- 8 - 10 - 9 检讨最后数量
- 8 - 10 - 10 决定
- 8 - 10 - 11 制造
- 8 - 10 - 12 作成说明书及决定捆包方式
- 8 - 10 - 13 交货
- 8 - 11 店面广告制作过程之查核
- 8 - 12 店面广告之制作机构
- 8 - 12 - 1 日本电通广告公司促销局
- 8 - 12 - 2 店面广告专业机构势必诞生
- 第9章 店面广告的素材
- 9 - 1 材料造型及加工
- 9 - 2 店面广告常用的素材
- 第10章 店面广告之招术
- 10 - 1 店面广告有效的因素
- 10 - 1 - 1 零售的趋向
- 10 - 1 - 2 消费者的购买习惯
- 10 - 1 - 3 店主的需要
- 10 - 1 - 4 商品化的创意
- 10 - 1 - 5 展示的形式
- 10 - 2 从数据上探讨商品陈列之价值
- 10 - 3 诱客人门的绝招 香味
- 10 - 4 诱客人门的绝招 音乐
- 10 - 5 日本的噱头招牌
- 店面广告绝招案例
- 10 - 6 电动店面广告

<<店面广告学>>

10 - 7 赠券的巧妙运用

10 - 8 噱头海报

第11章 商展的设计

11 - 1 设计商展必须考虑的因素

11 - 2 成功的商展实例

第12章 店面广告伦理

12 - 1 避免滥用店面广告之道

12 - 2 招牌广告应纳入管理

12 - 3 广告法规

12 - 3 - 1 取缔树立广告办法

12 - 3 - 2 台湾省取缔树立广告补充要点

12 - 3 - 3 台北市工务局广告牌(塔)审核标准草案

第13章 广义的店面广告 户外广告

13 - 1 户外广告的社会性

13 - 2 企划与制作

13 - 3 创意与表现

13 - 4 户外广告之种类

13 - 5 户外广告的企划

13 - 6 正字招牌新观念

13 - 7 我国早期之市招

第14章 欧洲之户外广告

14 - 1 五光十色的欧洲户外广告

14 - 2 对欧洲户外广告之观感

14 - 3 户外广告发展方向

14 - 4 日内瓦的旋转招牌

14 - 5 奥地利的户外广告

14 - 6 西班牙的观光招牌 斗牛

14 - 7 苏黎世的广告牌

14 - 8 英伦机场的广告牌

14 - 9 北欧的风情画

14 - 10 荷兰的木屐工艺

第15章 东南亚各主要城市广告掠影

15 - 1 马尼拉

15 - 2 新加坡

15 - 3 曼谷

15 - 4 香港

第16章 店面广告团体

16 - 1 酝酿中的我国店面广告组织

16 - 2 日本店面广告协会

附录

店面广告精华集锦

店面广告电通奖

联广公司店面广告作品

美国店面广告大展作品

组合陈列实例

展示架实例

桔芳麻林应用实例

<<店面广告学>>

广告气球

<<店面广告学>>

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>