<<广告人必读>>

图书基本信息

书名:<<广告人必读>>

13位ISBN编号: 9787500535553

10位ISBN编号:7500535554

出版时间:1998-05

出版时间:中国财政经济出版社

作者:王忠诚

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

<<广告人必读>>

作者简介

王忠诚 男,1965年生于吉林省长春市。 法律系毕业,广告学副教授。 并 研修过新闻学、广告学、公共关系学等 多门学科。

作者1988年开始从事广告科学、 艺术研究、公共关系等工作。 曾在深圳 世界建筑导报社任采访部副主任、深圳 南方广告公司业务部主任。 现任吉林省 松花江大学广告系主任、吉林省百思特 国际广告博览有限公司策划总监、长春 市广告研究会会长。

<<广告人必读>>

书籍目录

第一章 广告概述 第一节广告的概念 第二节 广告的演进 第三节 广告的功能 第二章 广告媒体 第一节 广告媒体概述 第二节 视觉媒体 第三节 听觉媒体 第四节 视听两用媒体 第五节 不同媒体功能的比较与搭 配使用 第三章 广告心理研究 第一节 消费者的心理过程 第二节 消费者的个体心理特征 第三节 广告的心理功效 第四节 广告心理效果测定 第五节 广告的心理策略 第四章 广告策划 第一节 广告策划概述 第二节 广告策划的程序 第三节 广告策划的内容 第四节 广告策划的原则 第五节 广告策划的写作 第五章 广告设计 第一节 广告设计的要素 第二节 广告设计的特征 第三节 广告表现技巧 第六章 广告创意 第一节 创意的作用 第二节 创意的方法 第三节 创意的形式 第四节 创意的视觉化 第七章广告文案 第一节 广告文案概述 第二节 广告文案的构成 第三节 品牌与商标 第八章 广告组织 第一节 专业性广告组织 第二节 企业广告组织 第三节 媒体广告组织 第四节 广告团体 第九章 广告管理 第一节 广告管理概述 第二节广告管理法规

第三节 广告管理的内容

<<广告人必读>>

第四节 对广告经营者与客户的管理 第五节 对广告媒体与收费标准的管理 第六节 违法广告行为及其处罚 第十章 世界广告业 第一节 美国广告业 第二节 日本广告业 第三节 其他国家和地区广告业 第四节 世界广告业发展趋势 参考书目

<<广告人必读>>

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