第一图书网, tushu007.com

<<广告理论与实务>>

图书基本信息

书名：<<广告理论与实务>>

13位ISBN编号：9787505896147

10位ISBN编号：7505896148

出版时间：2010-7

出版时间：经济科学出版社

作者：赖庆梅

页数：238

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

内容概要

本教材的编写结合了高职高专学生的专业的特点和今后工作的实际需要，采用项目式教学模式，以培养学生的实际动手操作能力为目标，既有专业理论基础知识的介绍，又注重学科的实务性与操作性。

总的来说，本教材具有以下特点：

第一，全面性和系统性。

全书设11个项目，按照广告活动的流程，涉及广告概念、广告调查、广告策划、广告创意与文案写作、广告媒体、广告制作、广告管理及国际广告等内容，全面阐述了广告的理论与实务知识，并形成完整的体系，符合广告活动的规律。

第二，创新性。

本教材推荐使用的项目式教学模式，采用任务驱动的教学方式，集案例导人、知识介绍、复习思考、实验实训和案例巩固为一体，要求学生既掌握理论知识，更重要的是实际动手操作，促进了学生在广告方面的职业能力的发展；同时，本教材除了介绍广告中成熟的理论与策略之外，还针对目前市场的广告实践，提出了一些新的观点。

第三，实践性。

本教材选取了大量的广告案例，不仅在每一个项目的开篇有导人案例，引导学生进入每一个项目的学习，且在每一个项目当中还有针对性地选取合适的案例，使得学生不仅可以在学习过程中涉猎大量经典广告作品，也能够理论联系实际，促进对理论知识的掌握，另外，在每一个项目的结束又增加一则案例分析，帮助学生巩固学习过的知识。

除了案例之外，每个项目还安排了实验实训内容，真正帮助学生培养广告业务的实践能力。

本教材不仅可以作为高职高专学生使用的专业基础课程教材，也适合广告从业人员和企业营销人员阅读。

第一图书网, tushu007.com

<<广告理论与实务>>

书籍目录

项目一　广告的基本知识　任务1　广告概述　一、广告的含义　二、广告的要素　三、广告的分类　四、广告的特征 任务2　广告的作用　一、广告对企业的作用　二、广告对消费者的作用　三、广告对社会的作用 任务3　广告的产生与发展　一、西方广告的产生与发展　二、中国广告的产生与发展　三、未来世界广告的发展 任务4　广告与其他相关概念的关系　一、广告与新闻传播的关系　二、广告与公共关系的关系　三、广告与市场营销的关系 任务5　广告学的学科来源　一、广告学的产生与发展　二、广告学与心理学的关系　三、广告学与市场学的关系　四、广告学与社会学的关系项目二　广告与消费行为 任务1　消费行为　一、消费行为(Consumer Behavior)的含义　二、研究消费行为的意义　三、消费行为的影响因素　四、消费行为的过程 任务2　广告与消费行为　一、与广告相关的消费行为概念　二、广告对消费行为的影响 任务3　中国消费者的特殊消费心理　一、面子心理　二、从众心理　三、崇尚权威心理　四、炫耀攀比心理　五、重视情感心理项目三　广告调研 任务1　广告调研概述　一、广告调研的含义　二、广告调研的内容　三、广告调研的特点　四、广告调研的作用　五、广告调研的步骤 任务2　广告调研的方法　一、抽样设计　二、广告调研的方法 任务3　广告调研的技巧　一、焦点小组访谈　二、调查问卷的设计技巧项目四　广告策划 任务1　广告策划概述　一、广告策划的含义　二、广告策划的内容　三、广告策划的原则　四、广告策划的特性　五、广告策划的地位和作用 任务2　广告策划的步骤与方法　一、广告策划的一般程序　二、广告策划的运作流程　三、广告策划的思维方式 任务3　广告定位　一、定位的内涵　二、广告定位理论的发展　……项目五　广告创意项目六　广告文案项目七　广告媒体项目八　广告的设计与制作项目九　广告效果测评项目十　广告管理项目十一　国际广告附录一　中华人民共和国广告法附录二　广告管理条例附录三　广告管理条例实施细则附录四　印刷品广告管理办法附录五　户外广告登记管理规定

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