

<<广告学原理与实务>>

图书基本信息

书名：<<广告学原理与实务>>

13位ISBN编号：9787509531754

10位ISBN编号：7509531756

出版时间：2011-12

出版时间：中国财政经济出版社一

作者：艾建勇，苏徐，周庆 主编

页数：207

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>

<<广告学原理与实务>>

内容概要

教材编写中将实用性放在第一位，以案例分析带动理论教学。在理论讲述中穿插大量具有代表性、针对性的实例，形式上较为活泼，大部分章节后还附有案例讨论、实验等技能与实训练习。同时在各章末都有小结并附复习思考题，内容包括本章中的重点名词和需要掌握的知识点，便于学生课后复习和练习。在整本教材最后，附有一个综合练习题集，题型包括名词解释、填空、选择、问答、论述等，方便学生最后总复习，也可以为教师出考题提供一个参考。

本书共分十章。

潘彤(广东女子职业技术学院)编写第一章、第三章和第八章；苏徐(山西省财政税务专科学校)编写第二章、第四章；周庆(成都电子机械高等专科学校)编写第五章、第六章；艾建勇(昆明冶金高等专科学校)编写第七章、第九章；赵华明(昆明冶金高等专科学校)编写第十章。

<<广告学原理与实务>>

书籍目录

第一章 导论

第一节 广告概述

第二节 市场营销与广告

实训与练习

第二章 广告调研

第一节 广告调研的基本内容

第二节 广告调研的程序

第三节 广告调研的方法

实训与练习

第三章 广告目标与策略

第一节 广告目标

第二节 广告策略

实训与练习

第四章 广告策划与广告预算

第一节 广告策划的含义和特点

第二节 广告策划的主要内容

第三节 广告预算

实训与练习

第五章 广告媒体

第一节 广告媒体

第二节 主要广告媒体的特征及运用

第三节 广告媒体的选择

第四节 广告媒体策略

实训与练习

第六章 广告创意

第一节 广告创意

第二节 广告的创意思维

第三节 广告创意技巧

实训与练习

第七章 广告创作

第一节 广告文案

第二节 广告的制作

实训与练习

第八章 广告效果与测评

第一节 广告效果的概念

第二节 广告效果测评的方法

第三节 广告效果测评的实施

实训与练习

第九章 网络广告

第一节 网络广告的崛起

第二节 网络广告的一般原理

第三节 网络广告策划与策略

第四节 网络广告管理

实训与练习

第十章 广告管理

<<广告学原理与实务>>

第一节 广告组织

第二节 广告管制

实训与练习

附录

模拟试卷(一)

模拟试卷(二)

模拟试卷(三)

参考文献

<<广告学原理与实务>>

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>