第一图书网, tushu007.com

<<广告主蓝皮书>>

图书基本信息

书名：<<广告主蓝皮书>>

13位ISBN编号：9787509727980

10位ISBN编号：7509727987

出版时间：2011-11

出版时间：社会科学文献出版社

作者：黄升民　杜国清　邵华冬 等著

页数：334

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

本书由广告主营销传播研究报告统领，捕捉了汽车、金融、药品等热门行业的营销传播活动态势，分报告中包括广告主数字新媒体营销报告、中国广告主体育营销运作报告、在华日企公关危机管理研究报告等，就目前营销传播界的热点、焦点话题进行了探讨。
本书还特别增加了对李宁、中粮等行业标杆性企业及凡客诚品等数字时代新兴活跃品牌进行品牌建设、重塑及传播的典型个案研究。

作者简介

黄升民
著名广告学者，中国广告专业第一学府——中国传媒大学广告学院院长，博士生导师，国务院学位委员会新闻传播学学科评议组成员，中国广告协会学术委员会常务委员，《媒介》杂志与《市场观察——广告主》杂志总编。
代表作有《中国广告活动实证分析》、《广告观——一个广告学者的视点》、《媒介经营与产业化研究》、《国际化背景下的中国媒介产业化透视》、《中国广电媒介集团化研究》、《数字电视产业经营与商业模式》、《数字技术时代的中国广电媒体》、《新广告观——产业立场／市场观点／竞争意识》等。

第一图书网, tushu007.com

书籍目录

Ⅰ 总 报 告
1 2010～2011年中国广告主营销传播研究报告
Ⅱ 分 报 告
2 聚焦广告业三大主体——盘点与综述
3 新旧更替中探索新理念与新规则——广告市场发展现状与态势
4 广告主数字新媒体运作报告
5 广告主电视媒体及招标策略趋势研究报告
6 中国广告主手机广告运作研究报告
7 后金融危机时代广告主整合营销传播策略研究报告
8 金融行业广告主营销传播活动研究报告
9 汽车行业品牌营销传播研究报告
10 中国药品广告传播存在问题及对策研究
11 电视药品广告对老龄公众认知、态度和行为的影响
12 药品广告社会责任缺失的原因及对策分析
13 “好客山东”旅游目的地营销推广策略研究
14 泰安城市营销案例研究
15 坚守与探索——在华美资企业品牌与国家软实力研究
16 在华日企公关危机管理研究
17 中粮集团品牌营销传播研究报告
18 “凡客达人”品牌营销传播研究
19 李宁品牌重塑战略研究报告
20 中国广告主体育营销运作报告
21 中国广告主NBA营销传播策略研究
22 英超对中国广告主的营销价值分析
23 广告主营销传播的热点行业、案例、趋势研究
24 S集团企业文化诊断案例

章节摘录

版权页：插图：归根结底，品牌建设的本质驱动力还是来自消费者的变化，过去消费者的购买决策主要由价格因素左右，而今购买决策受到价格、品牌偏好、个人风格等多种因素的共同影响。
分化重聚之后的消费群在消费形态和媒体接触形态方面悄然发生着变化。
（三）消费者如何成为创意者，共创式传播实践了何种战略意图？
与往年不同，2010年广告主在营销推广的各个环节更加重视消费者的参与，以消费者的参与和互动为基础的共创式传播成为2010年的一大亮点。
一方面是吸引消费者主动地对品牌内容作出自己的注解，赋予品牌更丰富的内涵；另一方面吸引消费者主动地参与到品牌传播的过程中，在这个人人皆媒体的时代，分享消费者口碑传播的扩散效应。
广告主“以变应变”围追消费者，以消费者需求为导向制定媒体投放策略。
正是在这个背景下，互动营销进入了繁荣时代。
2010年广告主利用互联网互动的特性吸引消费者参与的案例层出不穷，例如屡受好评的中粮生产队，正是这样一种基于鼓励受众自发创造、参与和传播的营销模式。
消费者机械参与的营销模式已经逐渐过时。
移动互联网的出现使消费者的个人信息传播力量得到增强，个人纷纷试图通过博客、微博、SNS网站以及自身良好的公众行为建设自己的整合传播平台。
这样一个群体，对新鲜的事物有浓厚的兴趣，并乐于了解、传播和分享。
正是基于以上变化，如何找到并巧妙地驱动这群领袖消费者，成为广告主跨媒体传播的关键。
2010年广告主在媒体投放上的另一亮点是多媒体协同，升华传播效果。
现阶段，广告主的多媒体协同的达成表现在两个层面：基础的层面是通过广告内容的贯穿实现广告传播由一个媒体到另一个媒体的传播；扩展的层面则是在传播过程中充分利用不同媒体的传播特性。
广告主媒体策略演变的根本目的在于围追消费者，广告主选择广告媒体越来越重视与目标消费者的吻合程度，因此如何用有效的媒体组合去捕获碎片化的消费者，并启用有创意的媒体内容吸引消费者重聚，成为每个广告主必须思考的问题。

第一图书网, tushu007.com

编辑推荐

第一图书网, tushu007.com

<<广告主蓝皮书>>

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