

<<广告媒体分析教程>>

图书基本信息

书名：<<广告媒体分析教程>>

13位ISBN编号：9787548703976

10位ISBN编号：754870397X

出版时间：2011-1

出版时间：中南大学出版社

作者：马春辉 编

页数：282

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>

<<广告媒体分析教程>>

内容概要

《广告学特色专业系列教材：广告媒体分析教程》主要内容包括：广告起源与广告、广告信息的传播与构成、SW理论与广告传播、广告媒体的分类、广告媒体的功能与作用、广告媒体的新发展等。

<<广告媒体分析教程>>

书籍目录

- 第一章 广告与媒体
 - 第一节 广告起源与广告
 - 第二节 广告信息的传播与构成
 - 第三节 5w理论与广告传播
 - 第四节 广告媒体的分类
 - 第五节 广告媒体的功能与作用
 - 第六节 广告媒体的新发展
- 第二章 广告媒体的特点
 - 第一节 四大广告媒体的特点
 - 第二节 其他各类广告媒体的特点
 - 第三节 新媒体
 - 第四节 新旧媒体共同发展
- 第三章 媒体环境
 - 第一节 经济环境
 - 第二节 中观环境
 - 第三节 微观环境
-
- 第四章 广告媒体的评估
- 第五章 广告媒体成本与管理
- 第六章 媒体目标与媒体选择
- 第七章 媒体组合
- 第八章 媒体计划与行程
- 第九章 媒体主要投资策略
- 第十章 广告媒体效果评价
- 参考文献
- 后记

<<广告媒体分析教程>>

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>