第一图书网, tushu007.com

<<广告管理>>

图书基本信息

书名：<<广告管理>>

13位ISBN编号：9787560964713

10位ISBN编号：7560964710

出版时间：2011-1

出版时间：华中科技大学出版社

作者：余序洲 编

页数：308

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本书从工商企业业务管理出发，介绍了企业广告业务管理的相关内容，结合我国工商企业的实践，对广告管理的原则、程序及操作过程进行了讨论。
书中大量参考了国内外广告学方面的有关著作和书籍，引用不少企业广告案例，同时，也引用了大量的网络文献。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

余序洲
1964年6月生于湖北黄梅。
华中农业大学博士。
现为中南民族大学管理学院市场营销系主任、教授、硕士生导师，同时兼任中南民族大学区域市场研究中心主任。
系湖北省市场营销学会常务理事，湖北省商业经济学会常务理事，湖北省电子商务学会常务理事。
专业研究方向为：广告管理、企业发展战略、企业营销管理、市场分析、电子商务与网络营销。

余序洲教授自1983年参加工作以来，一直从事市场营销及相关专业研究。
在长期的学术研究和实际工作中积累了丰富的专业经验，对市场营销及相关领域的发展，有着自己的独特见解。
在从事学术研究的同时，余序洲教授还经常与企业合作，从事有关企业管理咨询和管理诊断工作，有着企业高层管理的任职经历，对企业管理认识深刻。
在广告管理理论和实务方面，不仅有较深的理论造诣，还曾在广告企业担任过高级管理职务，在广告企业的运作，特别是工商企业对广告的管理方面，积累了丰富的工作经验，对企业高效的广告管理有切身的体验．并在这个过程中形成了自己独特的认识。

<<广告管理>>

书籍目录

第1章 基本理论概述 1．1 广告的定义 1．2 广告的基本要素 1．3 广告的功能 1．4 广告管理 本章小结 关键术语 思考题 参考文献 案例研讨第2章 广告调研 2．1 广告调研概述 2．2 广告环境分析 2．3 广告环境调查 2．4 广告调研方法 2．5 调研报告 本章小结 关键术语 思考题 参考文献 案例研讨第3章 广告主题 3．1 广告主题 3．2 确定广告主题 3．3 影响广告主题的相关因素 本章小结 关键术语 思考题 参考文献 案例研讨第4章 广告策略 4．1 单一广告策略概述 4．2 整合广告策略概述 4．3 其他广告策略概述 4．4 新媒介策略 本章小结 关键术语 思考题 参考文献 案例研讨第5章 广告媒介选择 5．1 广告媒介 5．2 选择广告公司 5．3 选择广告代言人 5．4 预算管理 本章小结 关键术语 思考题 参考文献 案例研讨第6章 广告实施 6．1 广告创意 6．2 广告创意思维 6．3 广告表现 6．4 广告实施策略 6．5 广告运作管理 本章小结 关键术语 思考题 参考文献 案例研讨第7章 广告效果的测评 7．1 广告效果概述 7．2 广告效果测评技术及关键指标 7．3 广告效果测评的实施 本章小结 关键术语 思考题 参考文献 案例研讨第8章 广告发展趋势 8．1 植入式广告 8．2 网络广告 8．3 其他广告 本章小结 关键术语 思考题 参考文献 案例研讨后记

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