

<<企业广告理论与实务>>

图书基本信息

书名：<<企业广告理论与实务>>

13位ISBN编号：9787563806140

10位ISBN编号：7563806148

出版时间：1996-12

出版时间：首都经济贸易大学出版社

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>

<<企业广告理论与实务>>

书籍目录

目录

第一章 引论

第一节 广告概述

第一节 广告分类

第三节 广告活动过程

第四节 广告业的发展

第二章 广告行为主体

第一节 广告主

第二节 广告代理商

第三节 广告媒体

第三章 CI与广告

第一节 CI概述

第二节 广告与CI的关系

第四章 广告受众心理

第一节 对广告的关注

第二节 对广告的知觉

第三节 对广告的记忆和联想

第五章 企业广告计划

第一节 企业广告计划与营销计划

第二节 市场分析与广告目标

第三节 企业广告预算

第四节 广告代理商的选择

第六章 广告策划

第一节 广告策划的内容

第二节 广告市场调查

第三节 广告媒体策略

第四节 广告发布策略

第七章 印刷广告和户外广告

第一节 报纸广告与杂志广告

第二节 邮件广告

第三节 户外广告

第八章 电子广告

第一节 电子广告的特性和技术

第二节 视觉广告——电子视觉广告媒体

第三节 听觉广告——广播广告

第四节 视听广告——电视广告

第九章 广告表现技巧

第一节 广告文稿设计

第二节 广告表现技巧

第三节 POP广告

第十章 广告效果测评

第一节 广告效果

第二节 广告到达效果的测评

第三节 广告瞬时反应效果的测评

第四节 广告持续记忆反应效果的测评

<<企业广告理论与实务>>

第五节 广告最终行为反应效果的测评

第十一章 广告管理

第一节 广告管理概述

第二节 广告管理机构

第三节 广告管理法规

第四节 广告宏观管理体制

第五节 广告主的广告活动

附录：1.中华人民共和国广告法

2.关于在全国范围内实行“广告业专用发票”制度的通知

3.关于实行广告发布业务合同示范文本的通知

4.广告经营者、广告发布者资质标准及广告经营范围核定用语规范

5.企业申请兼营广告业务的基本条件、应提交的文件及办理过程

6.关于实行《广告业务员证》制度的规定

主要参考文献

<<企业广告理论与实务>>

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>