

<<广告策划原理与实务>>

图书基本信息

书名：<<广告策划原理与实务>>

13位ISBN编号：9787564311384

10位ISBN编号：756431138X

出版时间：2011-4

出版时间：西南交通大学出版社

作者：乔庆宇

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>

<<广告策划原理与实务>>

内容概要

《广告策划原理与实务》共分十一章，内容主要分为三大部分：概述部分。主要从广告、广告策划的内涵、地位、程序、框架、内容以及企业广告的社会责任等方面，对广告与广告策划的一些基本问题进行介绍。

广告策划实务部分。

基于广告策划流程，对广告调研、广告目标与广告定位、广告媒介、广告创意、广告文案创作。

<<广告策划原理与实务>>

书籍目录

第一章 广告策划概述第一节 广告与广告策划第二节 我国广告的发展第三节 企业广告的社会责任本章小结思考问题实训项目第二章 广告调查与分析第一节 广告调研的准备第二节 广告调研的实施第三节 广告调研资料的整理、分析本章小结思考问题实训项目第三章 广告目标与广告定位第一节 为广告活动确定目标第二节 进行恰当的广告定位第三节 为广告活动确定一个主题本章小结思考问题实训项目第四章 广告媒体选择与使用第一节 广告媒体的类型、功能与特征第二节 广告媒体选择与组合本章小结思考问题第五章 广告创意第一节 广告创意思维第二节 广告创意过程与原则第三节 广告创意方法本章小结思考问题实训项目第六章 广告文案创作第一节 广告标题创作第二节 广告语创作第三节 广告正文创作第四节 广告随文创作本章小结思考问题项目实训第七章 广告设计表现第一节 广告设计概述第二节 平面广告设计与制作第三节 电视广告设计第四节 网络广告设计本章小结思考问题实训项目第八章 广告预算第一节 广告预算的内涵第二节 编制广告预算的方法第三节 广告预算的分配与管理本章小结思考问题项目实训第九章 广告效果的测定第一节 广告效果测定概述第二节 广告效果测定的内容和方法第三节 广告媒体效果的测定本章小结思考问题第十章 广告策划书的编写第一节 广告策划书的主要内容第二节 广告策划书编写本章小结思考问题项目实训第十一章 国际广告及其发展趋势第一节 国际广告概况第二节 国际广告发展趋势本章小结思考问题项目实训参考文献

<<广告策划原理与实务>>

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>