

<<广告学全书>>

图书基本信息

书名：<<广告学全书>>

13位ISBN编号：9787801462237

10位ISBN编号：7801462238

出版时间：2000-01

出版时间：中国社会出版社

作者：胡屹

页数：433

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>

<<广告学全书>>

内容概要

本书详细地讲述了广告策划的基本原则、运作程序、操作方式及实施技巧，广告策划案的结构以及广告策划书的编制方法。

并对国内外的一些成功广告策划案的实例，加经详细的剖析与讲解。

本书是我国唯一一部最经典、最全面、最专业、最权威的理论与实践相结合的广告学丛书。

<<广告学全书>>

书籍目录

导读

第一章 广告学导论

第二章 广告策划通解

第三章 广告策划中的思维方式

第四章 广告文化策划

第五章 广告策划的运作过程

第六章 市场调查

第七章 广告战略策划

第八章 广告策略策划

第九章 广告创意策划

第十章 广告媒介策划

第十一章 公共关系策划

第十二章 促销活动策划

第十三章 企业创牌策划

第十四章 广告预算

第十五章 广告的创意和创作

第十六章 广告效果的测定

第十七章 CI策划

第十八章 产品商战策划

第十九章 广告策划书案例

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>