

<<广告策划人员培训与管理教程>>

图书基本信息

书名：<<广告策划人员培训与管理教程>>

13位ISBN编号：9787801629920

10位ISBN编号：7801629922

出版时间：2004-9

出版时间：经济管理出版社

作者：韩光军,贾维光

页数：420

字数：435000

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>

<<广告策划人员培训与管理教程>>

内容概要

本书从广告策划的角度出发，强调广告促进产品销售的营销功能，详细阐述了广告的媒体策略、定位策略、诉求创意策略以及广告预算、广告效果评估等计划性内容，具有较强的操作性，对我国企业运用广告宣传促进产品销售有一定的裨益。

本书从企业的角度出发，强调广告促进产品销售的营销功能，详细阐述了广告的媒体策略、定位策略、诉求创意策略以及广告预算、广告效果评估计划性等内容。

<<广告策划人员培训与管理教程>>

书籍目录

第一章 现代广告策划 第一节 广告策划的概念与特征 第二节 广告策划的原则 第三节 广告策划的操作程序 第四节 广告策划的发展过程第二章 现代广告调查 第一节 广告调查的必要性 第二节 广告调查的具体步骤 第三节 广告调查方法 第四节 广告调查表的设计与询问技术第三章 制定广告计划 第一节 广告计划的概念与特征 第二节 广告计划的构成要素 第三节 广告计划的编写要诀第四章 编制广告预算 第一节 广告预算的内容与编制程序 第二节 影响广告预算的主要因素 第三节 广告预算的编制方法 第四节 广告预算的分配策略第五章 现代广告媒体 第一节 广告媒体概述 第二节 广告媒体的选择策略 第三节 广告媒体使用策略第六章 媒体受众的广告心理 第一节 复杂的受众行为 第二节 广告的色彩心理 第三节 广告的错觉心理 第四节 广告的“性”诉求第七章 广告定位与创意策略 第一节 现代广告定位 第二节 广告主题的确定 第三节 广告创意的性质与原则 第四节 广告创意的程序与方法 第五节 广告创意策略 附：全美广告公司协会《创意守则》第八章 广告文案写作 第一节 文案标题写作 第二节 文案正文写作 第三节 广告标语写作第九章 电视、广播、印刷品、DM广告制作 第一节 电视广告制作 第二节 广播广告制作 第三节 印刷品广告的制作 第四节 DM广告的设计与制作第十章 海报、POP、路牌、网络、包装广告制作第十一章 促销广告策略第十二章 国际广告策划第十三章 广告公司与广告代理第十四章 广告管理第十五章 广告效果的测定附件一 广告业基础性法规附件二 大类媒体广告管理法规附件三 大类产品广告管理法规参考文献后记

章节摘录

版权页：插图：（十二）棋盘型 它是指构图时将版面全部或部分做棋盘式设计，使版面全部或部分被分割成若干等量的方块形态，让它们具有明显的区域性。

这种构图适宜用于版面上需要安排许多分量相同的单元的印刷品广告，如介绍一组系列产品或将其品牌做不同角度的反复展示，或用以介绍文艺演出中的一组人物角色，使用这种表达方式，容易取得理想的宣传效果。

上下左右相连的方块形态，可做有规律的黑白色对比处理，以增加版面的动感和韵律，深色区域可安排图片，白色区域可安排文字，也可把图片与文案字句安排在同一方块内。

这种构图由于过分规律化容易造成视觉上的单调，可在构图时采用部分的棋盘式，或将条块的大小与色彩进行适当的不规则变化，以不规则变化来构成版面的视觉中心，不仅增加了版面的趣味性，而且使视觉流程的顺序性有明确的起落点，具有良好的诱导作用。

（十三）指示型 它是指版面构图中、结构形态上有明显的指向性。

该指向性构成要素可以是图片做箭头型的指向构成，也可以是标题或广告形象的动势指向广告内容，起到明显的指示作用。

指示型构图有鲜明的视觉诱导方向，把观众的视线引导到广告的诉求点，以便观众迅速、简捷地把握广告的宣传要旨，领会信息的内容。

设计这种图形时，一定要将广告的诉求点以简明的方式安排在指示的终点，使视觉流程的顺序终点与诉求要点相吻合。

（十四）散点型 它是指在构图时，将构成要素在版面上做不规则的散点分布，形成一种随意的或不经心的视觉效果，使人感到轻松自如。

这种构图看似偶然得之，但实质上体现了设计者别具匠心的创造，在视觉传达中容易获得意外的视觉感受。

在构图时要注意：虽然版面注意焦点分散，但整体上必须统一，如统一的色彩主调或图形的相似性，不然就会显得杂乱无章。

<<广告策划人员培训与管理教程>>

编辑推荐

《营销职业培训精选教程:广告策划人员培训与管理教程》由经济管理出版社出版。

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>