

<<1979-2005-深圳广告26年>>

图书基本信息

书名：<<1979-2005-深圳广告26年>>

13位ISBN编号：9787802302570

10位ISBN编号：7802302579

出版时间：2006-8

出版时间：社会科学文献出版社

作者：彭曙曦

页数：326

字数：345000

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>

## <<1979-2005-深圳广告26年>>

### 内容概要

本书由深圳市工商局、深圳大学和深圳市广告协会的专家学者共同撰写的。

编著者通过广泛调研和第一手文献资料整理，对深圳市广告业从1979年至2005年的发展进行了全方位多角度的深入研究。

全书分为规划篇、研究篇、资料篇和教育篇等四大部分，紧扣深圳文化立市和建设国际化城市的战略，突出以改革促进广告业发展的主题，对广告管理提出了体制的新思路 and 具体改革内容，不仅具有现实可行性，更具有理论和实践的前瞻性。

是迄今为止国内第一本由学者与业界深度合作，专就一个区广告行业发展的症结与趋势，提高广告管理水平具有重要的参考价值。

<<1979-2005-深圳广告26年>>

书籍目录

序规·划·篇 深圳市广告业发展规划(2004~2010) 深圳市工商局、深圳大学、深圳市广告协会课题组 《深圳市广告业发展规划(2004~2010)》课题专家组评审意见 深圳市广告行业历史与现状分析报告 深圳市广告产业结构分析报告 深圳市广告业竞争力分析报告 深圳市广告业政策法规与监管分析报告研·究·篇 理论研究 广告发展两面观:国际化与本土化 兼论中国广告在全球经济时代的发展症结 城市广告业集群分布模式研究——以深圳为例 论“品牌传播” 品牌战略运用的深层思考 重复广告效果的分析 广告成本的一种理论分析模型 论影视广告与常规广告之本体差异 实务研究 开创广告监测的新模式——记深圳市广告监测中心的筹建与运行 区域性报纸的“大经营”观 报业广告管理系统的设计与关键技术 报纸广告传播效果的测量 略谈中心城市电视台的广告经营 深圳户外广告信息传递效果分析 深圳中小广告企业面临的危机和发展对策 关键客户在品牌扩张中的作用 益生堂品牌闯关实录资·料·篇 深圳市广告业发展统计资料(1995-2004) 深圳大学传媒与文化发展中心深圳大学传播系、广告系 深圳市广告协会大事记(1988~2005) 深圳市广告协会深圳大学广告系 欧洲广告管理考察报告 深圳市广告协会考察组教·育·篇 广告学专业教学改革与综合应用型人才培养模式研究 哲学对广告学教育的价值 《广告市场调查》课程教学体系与训练模式探讨 视觉传达在广告专业基础课平台的定位 广告学专业造型基础课与创意意识的培养

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>