

<<应用广告学>>

图书基本信息

书名：<<应用广告学>>

13位ISBN编号：9787810304283

10位ISBN编号：7810304283

出版时间：1995-12

出版时间：武汉测绘科技大学出版社

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>

<<应用广告学>>

书籍目录

目录

- 第一章 广告概论
 - 第一节 广告概述
 - 第二节 广告学概述
 - 第三节 广告事业概述
- 第二章 广告调查
 - 第一节 广告调查概述
 - 第二节 广告调查的内容与范围
 - 第三节 广告调查的程序与方式
 - 第四节 广告调查的方法与技术
- 第三章 广告策划
 - 第一节 广告策划概述
 - 第二节 广告战略
 - 第三节 广告预算
 - 第四节 广告计划
- 第四章 广告创作
 - 第一节 广告信息的创作原则
 - 第二节 广告信息的创作要素
 - 第三节 广告信息的表现技法
- 第五章 广告发布
 - 第一节 四大广告媒介的特点
 - 第二节 其他广告媒介的特点
 - 第三节 广告媒介的选择
 - 第四节 广告发布战术
- 第六章 广告效果
 - 第一节 广告效果测定的意义与原则
 - 第二节 广告传播效果的测定
 - 第三节 广告销售效果的测定
- 第七章 广告管理
 - 第一节 广告组织
 - 第二节 广告管理

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>