

<<广告原理与实务>>

图书基本信息

书名：<<广告原理与实务>>

13位ISBN编号：9787810446068

10位ISBN编号：7810446061

出版时间：2000-8

出版时间：东北财经大学出版社

作者：金立其中 主编

页数：302

字数：236000

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>

<<广告原理与实务>>

内容概要

本书系统而简要地阐述了广告的基本范畴、广告理论以及广告调研、广告策划、广告创意、广告表现、广告策略和广告文案等广告运作的基本原理与实务。

书中对广告策划、广告创意和广告表现等问题的阐述，是过去同类教材未涉及的重要内容。

在阐述方式上，本书一改过去同类教材以理论知识为核心，以范畴、概念、原理为主线，以从知识要点到知识要点的泛泛陈述为章节结构的做法，尽量简化理论知识的阐述，适当增加图、表、例的比重，各章还专设了“典型案例”和“小结”栏目，目的在于尽量改变知识本位的传统教学模式，实行能力本位的现代教学模式，以有助于学生学习效果的提高和营销职业能力的培养。

<<广告原理与实务>>

书籍目录

第1章 广告概说 1.1 广告概述 1.2 广告组织与运作 典型案例 小结 复习思考题第2章 广告理论 2.1 广告背景知识 2.2 广告理论 典型案例 小结 复习思考题第3章 广告调查 3.1 广告市场调查 3.2 广告媒体调查 3.3 广告效果调查 3.4 广告调查技术 典型案例 小结 复习思考题第4章 广告策划 4.1 广告战略策划 4.2 广告主题策划 4.3 广告预算 典型案例 小结 复习思考题第5章 广告创意 5.1 广告创意概述 5.2 广告创意过程 5.3 广告创意的方法和策略 典型案例 小结 复习思考题第6章 广告表现 6.1 广告表现的法则和形式 6.2 广告表现的战略和技巧 典型案例 小结 复习思考题第7章 广告策略 7.1 广告产品策略 7.2 广告市场策略第8章 广告文案附录 中华人民共和国广告法

<<广告原理与实务>>

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>