

<<应用广告原理>>

图书基本信息

书名：<<应用广告原理>>

13位ISBN编号：9787040151695

10位ISBN编号：7040151693

出版时间：2004-8

出版时间：高等教育出版社

作者：刘瑞武 编

页数：158

字数：250000

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>

<<应用广告原理>>

内容概要

《应用广告原理》一书，是为高等院校广告专业编写的教材。

全书分原理篇、应用篇和文化篇三篇。

原理篇主要介绍了广告理论，包括广告的概念、功能、作用到广告的历史渊源，以及广告与新闻、市场营销、受众的密切关系等内容；应用篇主要说明了运作广告的原则、策略、方法，是广告实施中的重要环节；文化篇主要阐述了广告创作的文化表现、广告的美、广告的道德、广告的社会环境等内容。

《应用广告原理》理论联系实际、条理清楚、内容翔实，是高等院校广告专业的教材，也适合作为高自考广告专业教材，同时也可作为广告业界实施广告的参考用书。

<<应用广告原理>>

书籍目录

第一篇 原理篇	第一章 广告原理	第一节 广告的概念、分类	第二节 广告的功能	思考题
第二章 广告的起源与发展	第一节 世界广告发展概述	第二节 中国广告发展概况	思考题	
第三章 广告与新闻	第一节 广告与新闻的共性	第二节 广告与新闻的区别	思考题	
第四章 广告与市场营销	第一节 广告与市场营销	第二节 广告与市场营销的关系	思考题	
第五章 广告与受众	第一节 广告诉求与受众的需要和购买动机	第二节 广告与受众处理信息的方式	思考题	
第二篇 应用篇	第六章 广告市场调查	第一节 广告市场调查的意义和目的	第二节 广告调查内容	第三节 广告调查步骤方法
思考题	第七章 广告策划	第一节 广告策划的性质和作用	第二节 广告预算	思考题
第八章 广告设计创作	第一节 广告设计的目的与程序	第二节 广告设计创作的基本要求	第三节 广告创意	思考题
第九章 广告方案创作	第一节 广告方案写作的基本要求	第二节 广告方案的类型与结构	第三节 广告方案的语言与修辞	思考题
第十章 广告媒介的选择	第一节 广告媒介的类别	第二节 广告媒介的特点	第三节 选择广告媒介的原则和方法	思考题
第十一章 广告效果测定	第一节 广告效果的评价理论	第二节 广告效果的测定	思考题	第三篇
文化篇	第十二章 广告创作的文化表现	第一节 广告是一种文化反映	第二节 广告创作中的文化表现	思考题
第十三章 广告道德	第一节 广告应遵循的原则	第二节 广告人员应具备的素质	第三节 广告的社会环境与法律问题	思考题
第十四章 广告组织与自律	第一节 广告组织	第二节 广告代理制	第三节 广告行业自律	思考题
参考文献				

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>