

<<广告策划>>

图书基本信息

书名：<<广告策划>>

13位ISBN编号：9787122145451

10位ISBN编号：712214545X

出版时间：2012-9

出版时间：化学工业出版社

作者：乔英久 主编 柴鹏举、李玉坤 副主编

页数：198

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>>

内容概要

本书从整体架构的角度出发，把行业技能与知识体系构架结合起来，整体与细节局部密切相连，形成理论、实践一体化。

全书包括理论、技能、实践三个大的方面。

第一部分是广告策划的理论基础部分，包括与广告策划密切相关的两个学科——市场营销与传播，其中市场营销是广告策划所要紧密围绕的，而传播是广告策划实现的工具和手段，另外还有广告策划的基础理论与知识。

第二部分是本书的中心，阐述的是按照流程结构的广告策划步骤，包括：市场信息采集与分析，目标市场定位与广告战略的制订，广告创意与表现，广告媒体计划，广告效果评估。

第三部分为广告策划实践，包括精选的案例和具体实践内容。

本书适合于高职高专广告专业师生使用，也可供相关专业的学习者和从业者参考使用。

<<广告策划>>

书籍目录

第一部分 广告策划之理论基础

第一章 市场营销、营销传播和广告策划

第一节 市场营销相关知识

- 一、市场营销的概念?
- 二、不同市场状况下的营销观念发展

第二节 市场营销与广告策划

- 一、市场营销策略与广告策划概述
- 二、市场营销流程与广告策划流程
- 三、与广告策划相关的市场营销 概念

第三节 营销传播基础知识

- 一、传播的定义
- 二、传播的类型
- 三、传播的模式
- 四、与广告策划相关的传播概念

思考与练习

第二章 了解广告策划

第一节 广告策划的概念和目的

- 一、广告策划的概念
- 二、广告策划的目的

第二节 广告策划要解决的问题——“5M”

- 一、任务
- 二、信息
- 三、媒体
- 四、资金
- 五、衡量

第三节 广告策划运作的基本流程

- 一、广告策划的内容
- 二、广告策划的阶段划分
- 三、广告策划的程序

思考与练习

第二部分 广告策划之项目实战

第一章 市场信息采集与分析

第一节 市场调研与信息采集

- 一、市场调研的原则要求
- 二、市场调研流程
- 三、市场调研问卷的设计

第二节 信息分析

- 一、市场分析
- 二、消费分析

思考与练习

第二章 目标市场定位与广告定位

第一节 目标市场的确立

- 一、市场定位的概念
- 二、市场定位的方式
- 三、市场定位的步骤

<<广告策划>>

四、评估并确定目标市场

第二节 目标消费群定位

- 一、人群定位的概念
- 二、人群细分的标准
- 三、目标人群心理动机

第三节 广告定位

- 一、广告定位概念
- 二、广告定位理论的发展
- 三、广告定位的具体内容

思考与练习

第三章 广告创意与表现

第一节 广告创意与广告创意的原则

- 一、广告创意的涵义
- 二、广告创意的原则

第二节 广告创意思维

- 一、垂直思维与水平思维
- 二、抽象思维与具象思维
- 三、聚合思维与发散思维

第三节 广告创意的基本原理

- 一、RQI理论
- 二、共鸣理论
- 三、ESP理论

第四节 广告创意方法

- 一、举证式
- 二、对比式
- 三、嫁接式
- 四、情感式

思考与练习

第四章 制订广告媒体计划

第一节 媒介概述

- 一、媒体的接触面
- 二、媒体的曝光频率
- 三、媒体的综合影响

第二节 主要媒体分析

- 一、电视广告媒体
- 二、广播广告媒体
- 三、印刷品广告媒体
- 四、户外广告媒体
- 五、网络广告媒体
- 六、其他广告媒体

第三节 选择媒体时需要考虑的因素

- 一、目标受众的媒体习惯
- 二、产品特点
- 三、信息特点
- 四、媒体效果

第四节 确定媒体时间、空间及媒体组合

- 一、媒体时间

<<广告策划>>

二、媒体空间

三、媒体组合

思考与练习

第五章 广告效果的事前测试和事后评估

第一节 广告策划效果

一、传播效果

二、对传播效果的认识

三、广告策划效果

四、广告策划效果测定的意义

五、广告策划效果评估的内容

第二节 广告信息本身的效果测定——事前测定

一、广告信息

二、广告信息本身效果测评

三、收视率调查

四、广告信息传播中的障碍

第三节 广告传播效果测定——事中测定

一、广告传播效果

二、广告传播效果测评

第四节 广告策划效果的测定——事后测定

一、广告销售效果测定

二、广告策划效果的环境测试——广告社会效果

思考与练习

第六章 撰写广告策划方案

一、广告策划方案的写作过程

二、广告策划方案写作的注意事项

三、广告策划方案的形式

四、广告策划方案的内容要点

思考与练习

第三部分 广告策划之案例分析及模拟操作

案例一：摩托罗拉手机上市推广策划案

案例二：中国移动G3产品专非销售平台TDI2580推广方案

案例三：光明早餐奶广告策划书

思考与练习

参考文献

<<广告策划>>

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>