

<<常用策划书创作>>

图书基本信息

书名：<<常用策划书创作>>

13位ISBN编号：9787301126110

10位ISBN编号：7301126115

出版时间：2007-8

出版地点：北京大学

作者：田长广

页数：395

字数：562000

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>

<<常用策划书创作>>

内容概要

《常用策划书创作》一书是解决策划学、广告学理论教学中的不足，理论到实践教学的接轨需要，培养应用型策划人才、广告人才所急需的一本指导实践的实用书籍，本书填补了策划学教材的空白。主要内容为策划书的写作方法与原理，从策划书的一般创作程序开始，分别阐述了企业策划书、项目策划书、商业计划书、广告策划、营销策划、CI策划、公关策划、品牌策划、房地产策划、旅游策划、会展策划、活动、电视广告、综艺节目共十五项常用的策划书的创作。本教材从策划概述到策划步骤，到策划案例示范，逐步推进，通俗易懂，通过本书的教学，使每位同学走出校门就能走上工作岗位，应对常用的策划书的创作需要。该书也可作为从事策划、广告、管理、营销及其他相关工作人员从事策划工作的参考书。

<<常用策划书创作>>

书籍目录

第一章 一般策划书的创作程序 第一节 确立策划主题 第二节 进行调研、收集情报 第三节 针对目标进行策划创意 第四节 策划书的写作 思考题第二章 公关策划书创作 第一节 公共关系概述 第二节 公关策划程序 第三节 公关活动策划 第四节 公关策划书 思考题第三章 商业计划书创作 第一节 商业计划书的创作要点 第二节 商业计划书的正文写作步骤 第三节 商业计划书写作示范 思考题第四章 项目策划书创作 第一节 一般项目策划的流程 第二节 可行性研究报告编写规范 思考题第五章 活动策划书创作 第一节 活动策划的基本工作程序 第二节 活动主题策划 第三节 标志、名称、会徽策划 第四节 活动商品与纪念品策划 第五节 活动策划案例示范 思考题第六章 广告策划书的创作 第一节 广告策划概述 第二节 整体,一告策划书(提纲)创作 第三节 广告策划示范 思考题第七章 营销策划书的创作 第一节 市场营销策划方案写作的步骤 第二节 营销策划书创作示范 思考题第八章 会展策划书创作 第一节 会展策划书的创作程序 第二节 会展策划书的创作示范第九章 品牌策划书创作 第一节 品牌策划概述 第一节 品牌策划书创作步骤 第三节 品牌策划书的创作示范 思考题第十章 房地产策划书创作 第一节 房地产全程策划的基本程序和内容 第二节 房地产项目全程营销策划大纲 第三节 房地产策划书创作示范 思考题第十一章 旅游策划书创作 第一节 旅游策划书的创作步骤 第二节 旅游项目策划书写作纲要 第三节 旅游策划书创作示范 思考题第十二章 企业形象策划书创作 第一节 企业形象策划概述 第二节 形象策划的程序 第三节 企业形象定位策划 第四节 企业导入CI策划书 思考题第十三章 企业策划书创作 第一节 企业策划书的写作 第二节 企业策划示范 第三节 企业策划的目标体系 第四节 企业策划大纲 思考题第十四章 电视广告策划书创作 第一节 电视广告概述 第二节 电视广告策划程序 第三节 电视广告制作程序 第四节 电视广告方案的创作要求 第五节 电视广告文案的分类 第六节 电视广告画面的构成要素 思考题第十五章 大型综艺晚会节目策划书创作 第一节 综艺类节目的策划与创作 第二节 综艺晚会策划的基本步骤 第三节 大型综艺晚会剧本示范 思考题参考文献后记

<<常用策划书创作>>

编辑推荐

现代社会，策划书是创业者获得投资商投资的“金钥匙”，是融资成功的“敲门砖”。本书把策划理论作为一门综合性边缘学科进行研究，在纷繁复杂的策划案例中提取理论体系，并将这种理论体系沉淀为可以复制的规律和方法，从而指导读者进行策划实践、提升策划水平。

<<常用策划书创作>>

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>