第一图书网, tushu007.com

<<赢在简单>>

图书基本信息

书名：<<赢在简单>>

13位ISBN编号：9787508412948

10位ISBN编号：750841294X

出版时间：2004-1-1

出版时间：中国水利水电出版社

作者：A.D.Farbey

页数：197

字数：172000

译者：戴冰

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

内容概要

当今社会许多公司都出于各种各样的目的而做广告。
广告已经成为商业活动中的必要工具，涉及广告制作或广告服务的人也越来越多。

显然，广告的效果是非常重要的。
而这则要通过有效地组织广告力量、制订切实可行的活动计划以及合理地控制预算来实现。
成功的广告来自专业化以及实践经验的积累。

本书读者对象是那些需要使用广告以及需要深入了解广告制作和策划的人。
本书内容并非只停留在表层广告理论，而是意在为新入行者或是那些想走向成功的广告之路的人提供有效帮助。
本书结合广告艺术与实用技巧，运用新观点、新思维帮助你快速地策划、运作好每一个广告项目。
该书自1994年推出第一版以来，深受需要运用广告创造价值、从事广告设计与制作活动的人士所推崇。

书籍目录

序言 第一章 广告的作用及运作　为什么要做广告？
　广告在营销组合中的地位　广告能做些什么 第二章 制定广告目标和发展策略　制定广告目标　营销与传播　时间表　目标的类型　简报　下一步——策略　策略工具 第三章 如何选择目标受众　选择正确的目标受众　谁是目标受众？
　受众定义　强度和权重　细分市场　B2B目标　公司受众 第四章 如何选择媒介　任务　选择的范围　媒介简报　媒体类型及其特点　需要考虑的因素　有用的信息　如何选择 第五章 如何进行媒介购买　由谁来购买　决定进度表　商订版面　价格谈判　购买　改进进度表　媒介监测　评估　开发票　媒体关系 第六章 广告信息的形成　有用的是信息　广告信息形成的过程　工作分工　创意简报　总体策略　核心概念　承诺　差异　成品广告 …… 第七章 广告制作实务 第八章 网络广告 第九章 预算与计划 第十章 对效果进行评估 第十一章 招聘广告 第十二章 选择供应商或代理商 推荐书目

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