

<<广告设计>>

图书基本信息

书名：<<广告设计>>

13位ISBN编号：9787565001222

10位ISBN编号：7565001228

出版时间：2009-12

出版时间：合肥工业大学出版社

作者：何佳等著

页数：88

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>

<<广告设计>>

内容概要

《高等院校应用型设计教育规划教材·广告学系列：广告设计》是在今天这个快速变化的世界里，广告界创新的理论与实践更是层出不穷，《高等院校应用型设计教育规划教材·广告学系列：广告设计》采用了最新的专业资料、统计数据和最新的、切合课程内容的鲜活案例，向你介绍了广告公司与客户，广告运作流程，广告创意，广告媒体等有关内容。

书籍目录

第一章 认识广告第一节 广告的概念第二节 广告历史分期第三节 广告分类第四节 广告的功能第二章 广告公司与客户第一节 广告公司架构第二节 以消费者为中心第三节 更趋理性的广告主第三章 广告运作流程第一节 准备与计划第二节 战略与策略第三节 实施与评价第四章 广告创意第一节 创意简报第二节 创意方法第三节 广告人特质第五章 广告执行第一节 文案第二节 美术指导第三节 完稿原则第六章 广告媒体第一节 招贴海报第二节 环境媒体第三节 报纸与杂志第四节 电视和电影第五节 广播广告第六节 直邮广告第七节 网络广告第八节 媒体比较优势结语：课程之外学广告参考文献

<<广告设计>>

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>