

图书基本信息

书名：<<市场营销专业 专科-中国广告学-全国高等教育自学考试标准观测试卷-最新版-课程代码00181>>

13位ISBN编号：9787802495968

10位ISBN编号：7802495962

出版时间：2011-01-01

出版时间：中华工商联合出版社，华中师范大学出版社

作者：国试书业 编

页数：128

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

《全国高等教育自学考试标准预测试卷·市场营销专业·专科：中国广告学（最新版）》是根据全国高等教育自学考试指导委员会颁布的各科考试大纲，依照最新版本教材，参照最新考试题型，特邀多年从事自考教学、命题研究的专家精心编写而成的，从内容上和形式上都保证了试卷的专业性、权威性和准确性。

《全国高等教育自学考试标准预测试卷·市场营销专业·专科：中国广告学（最新版）》附有详细的参考答案，题型、题量及难度与真题相仿，注重实战，讲求技巧，通过深度的点评、详尽的解析、精准的预测，力求全真模拟实战演练，切实提升考生的综合应试能力，满足考生科学地进行自我考评的需求。

书籍目录

中国广告学标准预测试卷（一）中国广告学标准预测试卷（二）中国广告学标准预测试卷（三）中国广告学标准预测试卷（四）中国广告学标准预测试卷（五）中国广告学标准预测试卷（六）中国广告学标准预测试卷（七）中国广告学标准预测试卷（八）中国广告学标准预测试卷（九）中国广告学标准预测试卷（十）中国广告学标准预测试卷参考答案2007年10月中国广告学全国统考试题及参考答案2008年10月中国广告学全国统考试题及参考答案2009年10月中国广告学全国统考试题及参考答案2010年10月中国广告学全国统考试题及参考答案

章节摘录

36.台湾国联工业公司在生产“白兰”洗衣粉的基础上,准备开发新的产品——香皂。生产前,广告主及其广告代理公司做了详细的调查,内容包括消费者对“白兰”商标印象,香皂市场占有率,香皂的香型、品质、包装、销售对象以及上市时机等。在收集分析有关资料后,广告主确定以“白兰”为商标,规定了香皂的品质、包装、香型以及上市时机,并在此基础上形成了广告决策。运用报纸和电视两大媒体,再以杂志为媒体配合,先打出预告广告,紧接着是上市广告。在预告广告阶段中,电视广告先用“白兰”洗衣粉来介绍另一种亦叫“白兰”的新产品,造成消费者心目中存在的一种猜想。产品上市前一天,再推出主题“香的世界”的广告,告诉消费者,明天有一种很香的新产品上市,并且暗示了新产品的包装图案。正式上市的广告,主题是“我们不卖香水”进而推出“白兰”香皂。在报纸上,同样以这样的广告主题出现,彩色印刷,占了半个版面。选了几种报纸,轮流刊出。杂志上亦以同样画面的广告出现。这种强烈的攻势,很快吸引了消费者,一时都将目标集中在这种新产品上。过了几天,推出第二则广告,主题是“我们不卖鸡蛋”。画面上显出这种新产品的制造原料中,含有润肤作用的蛋白霜。中秋节前推出第三则广告,主题是“不是吃的月饼”。画面表现是促使消费者购买这种产品,作为礼品,赠送亲友。最后,推出的广告是随商品附赠“钞票夹子”,企望顾客逐步养成长期购买习惯。这五则广告的推出,在当时台湾市场上引起了很大变化,“白兰”香皂占据了市场,并使其他品牌的香皂退出了市场。

.....

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>