

图书基本信息

书名：<<国际4A广告公司基本操作流程>>

13位ISBN编号：9787806771808

10位ISBN编号：7806771808

出版时间：2002-3

出版时间：广东经济出版社

作者：朱海松 编著

页数：186

字数：115000

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

这本书的内容说是广告公司运作的一些基本方法，是广告公司内部的操作方法和部门之间的操作流程。

关于客户部的内容主要是基于国际广告公司，特别是美国广告公司的客户部架构，对于广告公司客户部的人员素质和各级别的职责有一个基本的全面概述。

创意部 and 设计部的操作流程部分，是综合了国际4A广告公司麦肯光明、盛世长城、李奥·贝纳及电通等外资广告公司的流程而编写的，这个流程对于广告公司内部运作的基本环节都有提到，是一个非常实用的内部作业管理和运作方法。

## 作者简介

朱海松，美国CNBC环球金融节目广州站同声传译员；广州电视台《环球金融》频道总监，期间独立策划制作100集《金融宝典》和100集《英语习语会状元》等电视节目；美国麦肯·光明广告公司广州公司客户经理；英扬传奇广告公司客户总监；英扬传播事业集团负责大型公关项目及电视栏

书籍目录

前言一 广告公司的角色二 客户部人员应有的基本思维三 客户部四 客户部人员的基本素质五 客户部基本职位描述六 客户部基本操作思路七 工作号八 创意工作单九 报价原则与形式十 广告公司与客户的合作方式十一 会议记录十二 工作进度表十三 创意简报十四 创作部十五 部门的流程十六 创意工作的方式十七 媒介部十八 影视部十九 提案二十 比稿二十一 如何识辍策略型人才二十二 鬼十则二十三 赤兔之死二十四 《黄石公三略》与企业管理二十五 附件参考资料后记

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>