

<<现代广告策划>>

图书基本信息

书名：<<现代广告策划>>

13位ISBN编号：9787810560719

10位ISBN编号：7810560719

出版时间：1997-10

出版时间：中央民族大学出版社

作者：路华

页数：417

字数：328000

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>

<<现代广告策划>>

内容概要

本书是一本广告策划理论与操作实践密切结合的著作，撰写的目的是为了适应市场经济下企业开展营销活动、展开市场竞争的需要。

本书既可作为广告理论研究的参考书，也可以作为大专院校营销专业学生的教材。

全书共十二章，第一章系统阐述了广告策划的概念、性质与基本理论。

揭示出广告策划是现代企业开展市场营销活动、赢得竞争优势必备环节，同时指出广告策划是一个科学的系统过程。

第二至十二章，从专业的角度详细地阐述了文选策划的具体内容。

<<现代广告策划>>

书籍目录

前言第一章 现代广告策划概述 第一节 广告策划概念与特征 第二节 广告策划的原则 第三节 广告策划的程序与内容 第四节 广告策划发展过程第二章 现代广告计划 第一节 广告计划的概念与特征 第二节 广告计划的构成要素 第三节 广告计划的编写要诀第三章 现代广告媒体 第一节 广告媒体概述 第二节 选择广告媒体 第三节 广告媒体策略第四章 现代广告心理 第一节 复杂的受众行为 第二节 广告的色彩心理 第三节 广告的错觉心理 第四节 广告的“性”诉求第五章 现代广告创意 第一节 广告创意概述 第二节 广告创意的方法 第三节 广告创意的程序 第四节 现代广告创意策略第六章 现代广告文案写作 第一节 广告标题写作 第二节 广告文案正文写作 第三节 广告标语写作第七章 现代促销广告 第一节 促销广告的概念与特征 第二节 顾客促销广告 第三节 中间商促销广告 第四节 推销人员促销广告第八章 现代广告制作(上) 第一节 报纸广告的制作 第二节 杂志广告的制作 第三节 电视广告的制作 第四节 广播广告的制作第九章 现代广告制作 第一节 店面广告制作 第二节 海报的制作 第三节 路牌广告的制作第十章 现代广告预算 第一节 广告预算的概念及编制程序 第二节 影响广告预算的主要因素 第三节 广告预算的编制方法 第四节 广告预算的分配策略第十一章 广告效果测定第十二章 现代国际广告策划附录一 中华人民共和国广告法附录二 广告管理条例附录三 广告管理条例实施细则附录四 广告审查标准参考文献

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>