

<<广告原理与实务>>

图书基本信息

书名：<<广告原理与实务>>

13位ISBN编号：9787040177091

10位ISBN编号：7040177099

出版时间：2010-1

出版时间：高等教育出版社

作者：白素华，惠雯 编

页数：143

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>

## <<广告原理与实务>>

### 内容概要

《中等职业学校市场营销专业教学用书：广告原理与实务》一书是教育部职业教育与成人教育司推荐教材配套用书，是中等职业学校市场营销专业教学用书。

《中等职业学校市场营销专业教学用书·广告原理与实务》共八章，主要内容包括广告和广告业、广告调查与广告预算、广告策略、广告创意、广告文案、广告媒体、广告效果的测评、广告管理。

每章后面附有本章小结、实训活动、练习与思考。

《中等职业学校市场营销专业教学用书·广告原理与实务》一书可供中等职业学校市场营销专业学生使用，也可作为广告从业人员岗位培训教材和自学用书。

## <<广告原理与实务>>

### 书籍目录

第一章 广告和广告业第一节 广告概述第二节 广告业概述第三节 广告人第四节 广告代理第二章 广告调查与广告预算第一节 广告调查第二节 广告预算第三章 广告策略第一节 广告产品策略第二节 广告市场策略第三节 广告心理策略第四节 广告实施策略第四章 广告创意第一节 广告创意概述第二节 广告创意的过程与方法第三节 广告创意的表现第五章 广告文案第一节 广告文案概述第二节 广告文案的结构与写法第三节 广告策划书的撰写第六章 广告媒体第一节 报纸广告媒体第二节 杂志广告媒体第三节 广播广告媒体第四节 电视广告媒体第五节 POP广告媒体第六节 网络广告媒体第七章 广告效果的测评第一节 广告效果概述第二节 广告传播效果测评第三节 广告销售效果测评第四节 广告社会效果测评第八章 广告管理第一节 我国广告管理的体系与特点第二节 对广告主、广告经营者和广告发布者的管理第三节 对广告收费的管理附录 中华人民共和国广告法 广告管理条例 广告管理条例施行细则 参考文献

<<广告原理与实务>>

编辑推荐

其他版本请见：《广告原理与实务（中等职业学校市场营销专业教学用书）》

<<广告原理与实务>>

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>