

<<广告理论与实务>>

图书基本信息

书名：<<广告理论与实务>>

13位ISBN编号：9787105063369

10位ISBN编号：710506336X

出版时间：2004-6

出版时间：民族出版社

作者：刘俭云，朱杰，芦毅刚 著

页数：321

字数：220000

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>

<<广告理论与实务>>

内容概要

全书分四大部分，上篇沿着传统的广告理念和实务，做一般性叙述和介绍，粗略地勾勒广告运动的基本线条。

中篇突出了新型媒介环境下的广告路径，包括电子营销、网络、短信、智能化媒介。

下篇涉及了几个争鸣性话题，如广告投放潜力行业的分析、品牌与广告界的本土化、广告与公关的更迭以及对整合营销传播的案例分析等。

在第四部分“附录”中，尝试性地写了“广告语汇索引”和“新媒介语汇索引”。

<<广告理论与实务>>

书籍目录

绪论 上篇 第一章 广告与传播 第二章 广告历史沿革 第三章 广告生存环境 第四章 广告控制范围 第五章 广告媒介策划 第六章 传统媒体广告创意要素 第七章 广告设计理念及其设计要素 第八章 广告文案撰写 第九章 广告监管与行业自律 第十章 广告组织和机构 中篇 第十一章 广告与营销 第十二章 网络广告 第十三章 新型媒介广告 下篇 第十四章 整合营销传播 第十五章 广告投放潜力行业前瞻 第十六章 本土化品牌和本土化广告公司 第十七章 关于公关的话题 附录 参考文献 后记

<<广告理论与实务>>

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>