

<<广告策划实务>>

图书基本信息

书名：<<广告策划实务>>

13位ISBN编号：9787115246646

10位ISBN编号：7115246645

出版时间：2011-4

出版单位：人民邮电出版社

作者：钟静

页数：228

字数：306000

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>

## <<广告策划实务>>

### 内容概要

本书以项目式和模块化学习的方式来组织理论知识学习和技能训练。全书结构简明，按照广告策划步骤分为重新认识广告、了解广告策划、了解目标受众、制定广告策略、形成创意作品、到达目标受众和整合营销传播7个模块，每个模块由情境导入、提出问题、理论介绍、案例分析、相关知识补充、能力培养和训练等环节构成。

本书能满足广告策划学习过程中各层次读者对广告策划理论、策划技巧等多方面的需求，适合作为高职高专广告专业、营销管理专业及相关专业的教材。此外，本书还可作为企业广告策划人员的培训和参考用书。

## <<广告策划实务>>

### 书籍目录

#### 第1章 广告策划开篇：重新认识广告

本章任务

本章案例

学习内容

1.1 广告的基本概念：是营销，也是传播

1.2 广告发展简介：与媒介密切相关

1.3 广告工作流程

广告探索：电视广告文案分析

#### 第2章 广告策划第一步：了解广告策划

本章任务

本章案例

学习内容

2.1 树立正确的广告策划理念

2.2 广告策划的内容和程序

2.3 广告策划方案

广告探索：广告策划方案解读

#### 第3章 广告策划第二步：了解目标受众

本章任务

本章案例

学习内容

3.1 开展市场调查——确认调查对象范围

3.2 调查方法和技巧——了解调查对象行为和心里广告探索：不同“调查方法”的应用

3.3 调查结果的应用——形成消费者洞察

#### 第4章 广告策划第三步：制定广告策略

本章任务

本章案例

学习内容

4.1 确定广告目标

4.2 制定广告策略广告探索：“制定广告信息策略”练习一

4.3 确定广告实施方案

#### 第5章 广告策划第四步：形成创意作品

本章任务

本章案例

学习内容

5.1 创意概念

5.2 创意过程

5.3 创意实施：视觉、文字和创意逻辑

5.4 媒介形式与创意

广告探索：“广告创意”实践

#### 第6章 广告策划第五步：到达目标受众

本章任务

本章案例

学习内容

6.1 媒介概念

6.2 常用广告媒介

<<广告策划实务>>

6.3 新兴广告媒介

第7章 广告策划第六步：整合营销传播

附录1 美国排名前100位的广告战役

附录2 中华人民共和国广告法

附录3 广播电视广告播出管理办法

附录4 部分国际4A广告公司中国公司名录

附录5 国内外广告期刊杂志一览表

参考书目

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>