

<<广告国际惯例>>

图书基本信息

书名：<<广告国际惯例>>

13位ISBN编号：9787221040305

10位ISBN编号：7221040303

出版时间：1995-12

出版时间：贵州人民出版社

作者：陈鉴林

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>

<<广告国际惯例>>

书籍目录

目录

“国际经济惯例丛书”序言

前言

第一章 广告与广告国际惯例

第一节 广告国际惯例的一般含义

第二节 广告国际惯例的产生、发展和未来

第三节 广告国际惯例的作用

第二章 广告业务运作

第一节 代理制

第二节 代理制下的有关惯例

第三节 其他广告业务运作惯例

第三章 广告活动操作

第一节 市场调研

第二节 广告策划和决策

第三节 广告目标和广告预算

第四节 广告战略与广告策略

第五节 广告主题与广告创意

第六节 广告表现与广告媒介选用

第七节 广告效果测定惯例

第四章 广告国际宣传准则

第一节 广告主题或内容准则

第二节 广告使用人物形象的准则

第三节 广告形式宣传准则

第四节 广告手法宣传准则

第五节 广告产品宣传准则

第六节 广告媒介宣传准则

第五章 各国广告惯例

第一节 美国

第二节 加拿大

第三节 英国

第四节 法国

第五节 日本

第六节 韩国

第七节 澳大利亚

第八节 巴西

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>