

<<广告实务>>

图书基本信息

书名：<<广告实务>>

13位ISBN编号：9787302261698

10位ISBN编号：7302261695

出版时间：2011-7

出版时间：清华大学出版社

作者：钟立群，任淑艳 等著

页数：235

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>

## <<广告实务>>

### 内容概要

本书是依据一线广告职业岗位群对广告知识和技能的需求,将广告知识与广告实务相融合,以培养学生综合素质为目标,以能力为本位,以就业为导向,进行系统化课程设计。

全书以“项目导向、任务驱动”模式展开,共分7个项目;认知广告基础工作、广告调研、凝练广告创意、组合广告媒体、撰写广告文案、测评广告效果与规范广告运作。

每个项目根据职业需要筹划相关任务,每个任务都以“成果展示与分析-知识储备-任务演练”的逻辑思路组织内容,同时在知识储备中贯穿了较多同步案例分析,以达到“边做边学、先做后学”的效果。

在设计任务时,既贯彻先进的高职教育理念,又注重教材的理论性和完整性,以使学生在广告业务方面具备一定的可持续发展的能力,较好地解决和实现了高职教材一直提倡但又难以实现的“理论必需、够用”的问题和要求。

本书实用性强,既可作为高职高专经济管理类、外贸商务类专业的教材,也可作为社会培训教材、职业资格考证用书和自学用书。

## <<广告实务>>

### 书籍目录

#### 项目一 认知广告基础工作

##### 学习任务

##### 1.1 广告基本内涵

##### 成果展示与分析

##### 百年润发, 缘结百年

##### 知识储备

##### 1.1.1 广告

##### 1.1.2 广告的特征

##### 1.1.3 广告的类型

##### 1.1.4 广告要素

##### 1.1.5 广告多样化功能

##### 任务演练

##### 如何实现广告引导消费的功能

##### 学习任务

##### 1.2 广告业务流程

##### 成果展示与分析

##### “活力28”广告市场分析

##### 知识储备

##### 1.2.1 市场分析阶段

##### 1.2.2 广告策略阶段

##### 1.2.3 广告计划阶段

##### 1.2.4 广告活动的效果预测及监控阶段

##### 任务演练

##### 撰写企业广告业务流程的分析报告

##### 学习任务

##### 1.3 广告与营销

##### 成果展示与分析

##### “贝因美”2006年央视广告分析

##### 知识储备

##### 1.3.1 广告是营销的组成部分

##### 1.3.2 广告营销趋于社会营销

##### 任务演练

##### 针对事例阐述企业广告与营销的关系

##### 重点概括

##### 综合实训

##### 思考练习

#### 项目二 广告调研

##### 学习任务

##### 2.1 广告调研的目的和内容

##### 成果展示与分析

##### 蒙牛的广告调研

##### 知识储备

##### 2.1.1 广告调研的含义

##### 2.1.2 广告调研的目的

##### 2.1.3 广告调研的要求

## <<广告实务>>

### 2.1.4 广告调研的内容

任务演练

设计产品调查的调查项目

学习任务

### 2.2 主要调研方法

成果展示与分析

新可口可乐跌入调研陷阱

知识储备

2.2.1 观察法

2.2.2 抽样调查法

2.2.3 典型调查法

2.2.4 访谈法

2.2.5 问卷调查法

任务演练

设计××产品的消费者需求的调查问卷

学习任务

### 2.3 撰写广告调研报告

成果展示与分析

百威啤酒广告效果调研报告

知识储备

2.3.1 广告调研的程序

2.3.2 广告调研报告的格式

2.3.3 撰写广告调研报告的注意事项

任务演练

撰写××产品的消费者需求的调研报告

重点概括

.....

项目三 凝练广告创意

项目四 组合广告媒体

项目五 撰写广告文案

项目六 测评广告效果

项目七 规范广告运作

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>