

<<广告基础知识>>

图书基本信息

书名：<<广告基础知识>>

13位ISBN编号：9787504537997

10位ISBN编号：7504537993

出版时间：2003-5

出版时间：中国劳动社会保障出版社

作者：俞大丽等

页数：85

字数：133000

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>

<<广告基础知识>>

内容概要

本书根据劳动和社会保障部培训就业司颁发的《实用美术专业教学计划》和《广告基础知识教学大纲》编写，供全国职业技术学院实用美术专业广告设计教学模块使用。

主要内容有：广告概论、广告策划、广告创意、广告表现形式、广告的构成、广告文案、广告管理等

。

本书也可作为职业培训教材和自学用书。

<<广告基础知识>>

书籍目录

第1章 广告概论	1-1 广告的概念、起源和发展	1-2 广告职能及其分类	1-3 广告媒体		
思考题	第2章 广告策划	2-1 广告策划的定义与程序	2-2 广告目标	2-3 广告调查	
2-4 广告定位	思考题	第3章 广告创意	3-1 广告创意概述	3-2 广告创意原则	3-3 广告创意方法
思考题	第4章 广告表现形式	4-1 广告表现的概念与受众心理学法则	4-2 广告表现的基本形式	4-3 广告表现的基本手法	思考题
第5章 广告的构成	5-1 广告的构成要素	5-2 广告插图	5-3 广告文字	5-4 广告色彩	思考题
第6章 广告文案	6-1 广告文案的构成	6-2 广告文案的表现形式	6-3 广告正文的写作	思考题	第7章 广告管理
7-1 广告管理概述	7-2 广告管理方式	7-3 广告管理规范	思考题	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>