

<<广告原理与实务>>

图书基本信息

书名：<<广告原理与实务>>

13位ISBN编号：9787561228845

10位ISBN编号：7561228848

出版时间：2010-8

出版时间：西北工业大学出版社

作者：杨建宇 编

页数：310

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>

<<广告原理与实务>>

内容概要

《广告原理与实务》充分吸纳了广告业生机勃勃的最新实践，与广告学课程教学改革的实际需要相适应，是一本内容全面、重点突出、深入浅出的“任务驱动型”教材。

编者在编写的过程中，始终以能力为本位，以岗位技能为目标，重新构建课程框架，体现了注重实践，强调操作的特点。

书中精选了众多经典案例和相关图表，大大提升了《广告原理与实务》的易读性和实用性。

作为当今广告学教学、研究领域一本颇有特色的教材，《广告原理与实务》既可为学习广告学课程的本专科各专业学生提供精炼实用的广告知识，也为众多广告从业者提供了可以借鉴的参考读物。

<<广告原理与实务>>

书籍目录

项目一 广告与广告学基础任务1 熟悉广告的内涵及其构成要素任务2 掌握广告的功能与类型任务3 熟悉广告学研究的内容和对象项目二 广告发展简史任务1 了解中国广告的发展史任务2 了解广告学的产生与发展任务3 了解国外广告的发展历史项目三 广告市场任务1 熟悉广告与其他事物的关系任务2 了解专业广告公司在广告市场中的地位和作用项目四 广告心理任务1 了解广告传播与消费者心理任务2 熟悉广告心理原理任务3 熟悉广告的心理效应测定任务4 熟悉广告的心理战术项目五 广告技术任务1 了解广告绘画及摄影艺术任务2 了解广告制作原理和实务项目六 广告战略任务1 了解广告战略的相关知识任务2 掌握广告调查项目七 广告媒介任务1 了解各种媒介任务2 熟悉不同类型媒介功能的比较及搭配使用项目八 广告程序任务1 熟悉广告目标任务2 掌握广告预算的相关知识任务3 掌握广告文案的创作项目九 市场调查任务1 了解市场调查的相关内容任务2 掌握市场调查的流程和方法任务3 掌握市场调查的整理与分析项目十 广告策略任务1 掌握广告信息策略任务2 熟悉广告实施策略项目十一 整体广告策划任务1 了解广告策划的相关知识任务2 掌握广告策划的程序及计划书写作任务3 熟悉广告效果测评项目十二 广告组织任务1 了解广告组织及组织类型任务2 熟悉广告代理制项目十三 广告管理任务1 了解广告管理任务2 熟悉广告行政管理任务3 了解广告社会监督管理任务4 了解广告相关的政策法规参考文献

<<广告原理与实务>>

章节摘录

二、广告活动的构成要素在整个广告活动中，有七个要素在其中起作用，它们分别是广告主、广告代理、广告媒体、广告信息、广告费用、广告受众和广告效果等。

(一) 广告主 任何广告都必须明确广告的信息是由谁发出的。

广告主是指发布广告的团体或个人，比如各种类型产品的生产商、宾馆、旅行社、营利或非营利的组织或个人，来付费购买媒体的版面或时间，以促进商品销售、树立企业形象或传递消费观念。

一般来说，广告活动应完全按照广告主的要求和意图来策划和发布。

所以广告主的思想和对广告的理念均影响着广告活动的质量。

广告主负责提供市场及商品资料给广告代理公司，并监督广告公司的运作过程及验收广告成品。

一般情况下，生产企业广告花费最多，零售商其次，而中间商则很少做广告。

生产企业和零售商联合实施广告策略，互惠互利的情形也相当普遍。

(二) 广告代理 广告代理是指在广告经营过程中，代理广告客户的广告业务的一种专业性广告组织，包括广告公司、制作公司、调查公司等。

广告代理商负责整个广告活动的策划与执行，并扮演广告主与广告媒体之间沟通的桥梁，他是为广告客户服务的，所以他必须在明确了广告客户的要求之后，充分发挥自己的主观能动性，创造性地从事活动。

(三) 广告媒体 负责广告的刊播活动，主要指的是广告媒体机构，包括报纸、电视台等大众传播机构和以提供广告刊发媒介为主要业务的其他组织。

广告传播的一个非常重要的特点就是非人际传播，广告只有通过广告媒介才能传递给受众，并取得预想的效果。

广告媒体的具体形式也随着科技革新，而变得越来越丰富和多样化，从报纸、杂志、电视、电影贴片到路牌、灯箱、充气气球……可以毫不夸张地说，广告已侵入了许多你能感知的媒介领域。

成功的广告离不开媒体的选择和不同媒体之间的有机组合。

(四) 广告信息 广告所要传达的具体内容，主要涉及的是广告的创意和策略问题。

如北京奥美为摩托罗拉设计的广告(见图1-1)。

广告发展到今天，其传递的信息已不仅仅是单一的商品信息或服务信息，广告甚至可以引导一种新的生活时尚，一种流行品味，一种生活观念。

我们看到最近的广告传播活动中，它不仅是对信息的一种传递，更多的是对一种理念的塑造，如“百事可乐，新一代的选择”“做铂金女人，稀有、珍贵”等。

(五) 广告费用 广告主必须为使用广告媒介而支付给媒介使用者费用，并从中提取一定的佣金给广告制作单位。

广告是一种有偿的活动，原因是其信息必须通过付费的方式，才能在媒体上进行传播。

此项费用包括占用报纸、杂志版面费；占用电视、广播、电影的时间段费；路牌、灯箱所用的路段费；甚至自己制作，也有印刷费用、制作费、设计费等成本。

图1-2表明了广告主、广告代理公司、广告媒体及广告费用之间的关系。

……

<<广告原理与实务>>

编辑推荐

项目导向，任务驱动，培养技能，面向就业。
基于工作过程构建课程体系、体验任务驱动式全新教学模式、体现以就业为导向的应用型人才培养模式要求。

<<广告原理与实务>>

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>