

<<广告策划与管理>>

图书基本信息

书名：<<广告策划与管理>>

13位ISBN编号：9787564304720

10位ISBN编号：7564304723

出版时间：2009-10

出版时间：西南交通大学出版社

作者：张存明，徐国伟 主编

页数：324

字数：557

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>

## <<广告策划与管理>>

### 内容概要

本书内容涵盖广告学、广告发展史、各类广告组织、广告策划理论、广告策划的具体内容、广告的社会管理以及网络广告等。

其结构完整、内容全面，使读者可以一览广告策划学的全貌。

本书适合从事相关研究工作的人员参考阅读。

## <<广告策划与管理>>

### 书籍目录

#### 第一章 广告概论

##### 第一节 广告概述

##### 第二节 广告学

##### 第三节 广告学与其他学科的关系

##### 复习思考题

#### 第二章 广告发展史

##### 第一节 广告的产生与形式的演变

##### 第二节 世界广告发展史

##### 第三节 中国广告发展史

##### 复习思考题

#### 第三章 广告组织

##### 第一节 广告代理制度

##### 第二节 专业广告组织

##### 第三节 企业广告组织

##### 第四节 媒体广告组织

##### 第五节 广告团体组织

##### 第六节 广告交易费用

##### 复习思考题

#### 第四章 广告策划原理

##### 第一节 广告传播学原理

##### 第二节 广告心理学

##### 第三节 广告定位原理

##### 第四节 整合营销传播

##### 第五节 广告策划

##### 复习思考题

#### 第五章 广告调研

##### 第一节 广告调研的基本内容

##### 第二节 广告调研的程序

##### 第三节 广告调研方法与技术

##### 复习思考题

#### 第六章 广告目标与广告主题

##### 第一节 广告目标

##### 第二节 广告主题

##### 复习思考题

#### 第七章 广告文案

##### 第一节 广告文案

##### 第二节 广告标题

##### 第三节 广告正文与随文

##### 第四节 广告口号

##### 第五节 系列广告文案

##### 第六节 不同媒体的广告文案

##### 复习思考题

#### 第八章 广告创意与广告表现

##### 第一节 广告创意

##### 第二节 广告表现

## <<广告策划与管理>>

复习思考题

### 第九章 广告媒体

第一节 广告媒体的含义及功能

第二节 主要广告媒体的特点

第三节 广告媒体的选择

第四节 广告媒体发布时间决策

第五节 广告媒体发布时机策略

第六节 广告媒体策略和媒体计划制定

复习思考题

### 第十章 广告预算与广告效果评估

第一节 广告预算

第二节 广告效果评估

复习思考题

### 第十一章 广告监督与管理

第一节 广告管理概述

第二节 广告法规与广告准则

第三节 广告行政管理

第四节 广告行业自律管理

第五节 广告社会监督管理

第六节 国际广告业管理

复习思考题

### 第十二章 网络广告

第一节 网络广告概述

第二节 网络广告的渠道与形式

第三节 网络广告的策划

复习思考题

参考文献

<<广告策划与管理>>

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>