第一图书网, tushu007.com

<<广告媒体企划>>

图书基本信息

内容概要

作者简介：

杰克Z·西瑟斯（Jack Z.Sissors），在美国西北大学从事了39年的媒体教研工作，创办并主编了《媒体企划期刊》，并为媒体企划人员举办过多期富有影响力的媒体研讨课程。
在进入学院工作前，他曾服务于李奥贝纳及其他的广告代理公司。

林肯·布巴（Lincoin Bumba），曾任李奥贝纳公司的高级副总裁和全球媒体总监，在李奥贝纳公司服务了34年并享有很高的声誉。
现专门从事媒体顾问工作。
服务于P&G、家乐氏、麦当劳及其他领导者品牌的经历，使他能够带给我们许多的宝贵经验和知识。

第一图书网, tushu007.com

<<广告媒体企划>>

书籍目录

前言
第一章　变迁时代的媒介企划
第二章　信息高速公路：电视及网络媒体中的互动广告
第三章　整合营销传播与数据库营销
第四章　媒体、广告、消费者之间的关系
第五章　基本测量和计算
第六章　到达率、暴露频次与有效暴露频次
第七章　营销策略和媒体企划
第八章　策略计划1：受众、地点、时间
第九章　策略计划2：比重、到达率、频次、连续性
第十章　媒体类型选择
第十一章 媒介策略企划原则
第十二章 如何评估和选择媒体载具
第十三章 媒介计划的构成要素
第十四章 一份专业的媒体企划（及注释）
第十五章 媒介费用及购买问题
第十六章 制定与分配预算
第十七章 测试、实验和媒介企划
术语汇编
译后记
编后记

第一图书网, tushu007.com

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