

<<广告策划>>

图书基本信息

书名：<<广告策划>>

13位ISBN编号：9787801586636

10位ISBN编号：7801586638

出版时间：2005-5

出版时间：蓝天出版社

作者：陈放/聂德彬

页数：382

字数：395000

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>>

内容概要

不策划别人，你就会被别人策划。

世界经济已经进入一个全球大战略、大策划的时代。

策划学作为一门新兴的独立的综合性的应和科学，在市场经济大潮中不断丰富，完善和发展。

《广告策划》的第二版是在保留原有第一版绝大部分内容的基础上修改而成的。

其中增加的部分内容是笔者参考了国内外大量关于策划理论与实践的书籍、报刊资料，特别是老一辈广告专家杨荣刚老师的许多观点。

<<广告策划>>

作者简介

陈放曾长期进行系统工程、军事战略、企业战略研究，近10年来主要研究企业诊断及创意策划，发表各种论文200多篇，著述10多部，一人单独提出过“一军两制”战略，科研成果获科学院一等奖、国家论文一等奖。

曾参加中央军委“2000年中国国防”、“战略一号”专家系统、综合国力方

<<广告策划>>

书籍目录

第一章 广告策划概论第二章 广告策划学概论第三章 广告媒体策划第四章 广告策划调查第五章 广告促销策划第六章 广告文案第七章 广告创意第八章 广告预算第九章 广告效果评价第十章 广告心理策划第十一章 公关广告第十二章 网络广告第十三章 广告文化策划第十四章 POP大策划第十五章 广告CI策划第十六章 广告管理第十七章 幂效应广告第十八章 情感广告第十九章 广告事件策划第二十章 广告整合策划第二十一章 负广告第二十二章 360度全息广告第二十三章 国际健康节 石家庄的城市广告策划第二十四章 大红鹰奥运营销广告策划第二十五章 哈慈银翘双解栓产品包装及广告表现策划

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>