

<<广告与营销辞典>>

图书基本信息

书名：<<广告与营销辞典>>

13位ISBN编号：9787802150171

10位ISBN编号：7802150175

出版时间：2006-1

出版时间：中国工商出版社

作者：贾玉斌

页数：1050

字数：980000

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>

## <<广告与营销辞典>>

### 内容概要

一、立目：本辞典收入词、术语、名称、奖项、作品等共3019条，包括词语1796条，其它1223条。

二、条目安排：1、第一编为“广告”，1151条，包括广告专业词汇，相关知识词汇；2、第二编为“市场营销”，645条，主要是有关市场营销的词汇；3、“附录”1214条，包括广告组织及管理机构、全球知名广告公司或集团、广告赛事、中国广告大奖获奖作品、广告法及相关法律规定等资料。

本辞典按照一般词条、专业词条、特殊词条的顺序排列。

将主词条与子词条混编，子词条列在主词条之后。

如在“广告效果”之后，列出“广告到达效果”、“广告认知效果”、“购买唤起效果”等。

三、词解：1、涉及一般概念的词条，词解包括定义、释义；2、浅显易懂的词条只作定义；3、有些难懂的词条，增加引证；4、涉及实用的词条则增加运用提示；5、涉及演变的词条，增加历史沿革的内容。

四、书证：涉及词语、段落引证的，注明书(文章)名、作者名。

<<广告与营销辞典>>

书籍目录

第一编 广告 第一章 总论 广告 广告要素 广告的功能 广告的价值 广告分类  
广告的真实性 广告的思想性 广告的艺术性 广告的开拓期 广告的竞争期 广告  
保持期 广告行业 广告学 现代广告学 广告发展史 经济广告 非经济广告 文  
化广告 普通广告 专栏广告 特约广告 赞助广告 社会广告 公益广告 意见广  
告 政府广告 劳务广告 旅游广告 公关广告 企业形象广告 惠顾广告 标识广  
告 观念广告 礼仪广告 商业广告 全国性广告 区域性广告 地方性广告 国际  
性广告 理性诉求广告 感性诉求广告 速效性广告 迟效性广告 合作广告 纵向合  
作广告 .....第二编 市场营销第三编 附录汉语拼音索引笔画索引

<<广告与营销辞典>>

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>