

<<微博广告研究>>

图书基本信息

书名：<<微博广告研究>>

13位ISBN编号：9787811417562

10位ISBN编号：7811417561

出版时间：2012-8

出版时间：安徽师范大学出版社

作者：徐瞳

页数：152

字数：183000

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>

## <<微博广告研究>>

### 内容概要

《微博广告研究》以独特的视角将目前微博领域的广告分为8类：微博旗帜广告、微博按钮式广告、微博邮件列表广告、微博墙纸式广告、微博电子邮件式广告、竞赛和推广式广告、微博插页式广告、微博互动游戏式广告，阐述各类广告特点，并将微博广告的现状、发展趋势、盈利模式做了系统的阐述。

## 作者简介

徐瞳，男，1967年出生，镇江高等专科学校副教授，上海大学工学学士，东南大学管理硕士学位，现在从事营销、广告的教学科研工作。

2010年以来先后主编《广告学》、《广告策划》、《报关实务》等教材，在合肥工业大学出版社出版。

2012年主编《商务礼仪》教材，在安徽师范大学出版社出版。

2003年参编《市场营销学》教材获得市级社会科技进步奖，广告学课程获校级重点课程评选三等奖。主持省级课题“中加职业教育资源比较研究”，并在《中外管理》、《当代经济》、《市场周刊》等核心、省级刊物上发表多篇论文。

## <<微博广告研究>>

### 书籍目录

- 第一章 绪论
  - 第一节 微博的产生与发展
  - 第二节 微博广告的发展趋势
  - 第三节 微博广告的种类
  - 第四节 微博营销概述
  - 第五节 企业微博营销
- 第二章 微博广告产业化
  - 第一节 微博——网络广告人社区
  - 第二节 微传播——中国营销新手段
  - 第三节 微博——第六大媒体
  - 第四节 微广告的出现
  - 第五节 微博广告联盟
  - 第六节 微博广告的价格和营销价值
  - 第七节 草根微博的广告价值
- 第三章 微博广告运营
  - 第一节 微博广告创意
  - 第二节 微博广告语的多样化
  - 第三节 企业利用微博广告的方式
  - 第四节 企业发掘的微博广告价值
  - 第五节 微博广告技巧
  - 第六节 微博植入式广告
  - 第七节 微博软广告
  - 第八节 微博营销新形式——背景图广告
  - 第九节 微博自定义页面
  - 第十节 富媒体广告+微博的尝试
  - 第十一节 Twitter广告平台对微博的启示
  - 第十二节 “微博通”——发送广告一点通
- 第四章 微博广告的获利之道
  - 第一节 广告配售路：国内微博发展途径
  - 第二节 微博产业的盈利模式
  - 第三节 微博广告的成功案例
- 第五章 手机微博广告
  - 第一节 手机微博广告的含义
  - 第二节 手机微博广告的应用和发展
- 第六章 微博广告的健康发展
  - 第一节 微博广告的管理
  - 第二节 微博广告的法律问题

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>