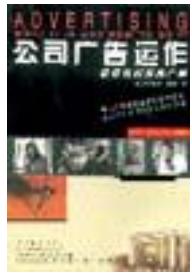


公司广告运作



[公司广告运作 下载链接1](#)

著者: (英) 罗德里克 · 怀特

出版者:中国标准出版社

出版时间:2000-3-1

装帧:平装

isbn:9787506621656

本书是一本通俗易懂、信息量大的权威广告运作入门图书，为那些将要进行广告活动，或者刚踏入广告这一行业正在接受培训的公司或人士所必读。

本书全面阐述广告云做的各个方面，包括：广告运作与经济、法律、及社会的关系；广告公司的运作方式及怎样对其工作进行评估；怎样揭开广告媒体选择的神秘面纱，等等。

书中涵盖对广告运作战略、媒体观念变化、全球时尚潮流方面的最新思考，对广告公司和其客户及所有想了解广告运作的人员都有着积极的参考价值。

作者介绍:

怀特为广告公司策划负责人，有着30余年从事各个领域的广告业务的实践经验。他频繁地在世界各地进行循环演讲，并为广告及营销媒介撰写文章。

目录:
第一章 内容介绍
第二章 是否应做广告：花多少钱作广告
第三章 是否需要广告公司
第四章 业务联盟

第五章 接触广告公司
第六章 广告的作用
第七章 广告计划
第八章 广告创意
第九章 如何评判广告
第十章 媒体
第十一章 电视
第十二章 出版界媒体
第十三章 次要媒体
第十四章 印刷媒体广告的制作
第十五章 广告活动的策划
第十六章 广告和法律
第十七章 广告和社会
第十八章 广告与经济学
第十九章 国际性、多国性、全球性的广告：为什么
第二十章 未来：我们何去何从
· · · · · (收起)

[公司广告运作](#) [下载链接1](#)

标签

广告

生活經濟學

评论

[公司广告运作](#) [下载链接1](#)

书评

公司广告运作 下载链接1