

现代广告策划与决策分析



[现代广告策划与决策分析 下载链接1](#)

著者:王慧

出版者:第1版 (2005年5月1日)

出版时间:2005-5

装帧:平装

isbn:9787801905284

本书从策划与决策分析的角度，对广告活动进行研究。首先，作者认为，应把广告策划放在广告运作的大背景下来认识，这也是第一章的内容。其次，广告策划要以广告活动主体和客体的具体情形为依据。相应地，第二章和第三章分别探讨了消费者行为模式和企业市场营销战略与广告策划的关系。在此基础上，第四章探讨了广告战略决策问题。广告调研是广告策划质量的重要保证，是第五章的研究内容。第六章对各类广告信息要素进行了研究，第七章进一步对各类广告信息要素的创意组合方式进行了研究，都属于广告作品范畴。第八章是广告媒体策划与决策，关注广告作品的发布问题。第九章的广告效果测定与评估是对广告活动效果的检验。最后第十章，从宏观角度对广告这一社会经济现象进行了研究。

本书作为一部研究性论著，对现代广告策划与决策活动的理论基础和操作方法进行研究。在论述过程中，一般性的、有共识的基础知识比较简略或不作为重点，更多的是作者的学习、研究体会。

本书对现代广告策划与决策问题进行了深入细致的研究。主要内容包括：广告策划概述、广告策划与消费者行为模式、广告策划与企业市场营销战略、广告战略决策、广告调研决策、广告信息策划、广告创意策划、广告媒体策划与决策、广告效果测定与评估、

广告经济及社会关系分析等。在总结广告领域研究成果的基础上，本书遵循广告运作的逻辑顺序，站在广告主体的角度展示了独到的思维方式。

作者介绍:

目录:

[现代广告策划与决策分析_下载链接1](#)

标签

评论

[现代广告策划与决策分析_下载链接1](#)

书评

[现代广告策划与决策分析_下载链接1](#)