

广告整体策划概论



[广告整体策划概论 下载链接1](#)

著者:马中红

出版者:江苏苏州大学

出版时间:2007-1

装帧:

isbn:9787810908221

作者介绍:

目录: 引论 现代广告——一个整体策划的时代 第一章 广告整体策划的含义和特性 第一节 策划与广告整体策划 第二节 广告整体策划的特性 第三节 广告策划在广告运动中的作用 第四节 广告策划的一般流程 第二章 广告整体策划的基石——市场调查 第一节 广告市场调查的含义及内容 第二节 广告市场调查的基本过程与方法 第三节 广告市场调查问卷设计 第四节 合理抽取调查样本 第五节 广告市场调查报告书写 第三章 广告市场的综合分析 第一节 广告生态环境分析 第二节 广告市场分析 第三节 广告产品分析 第四节 广告消费者分析 第四章 广告目标与广告主题定位 第一节 企业营销策略与广告目标 第二节 广告目标设定的方法和类型 第三节 广告主题定位 第四节 广告主题定位与创意 第五节 广告主题定位的选择与修整 第五章 广告传播策略策划 第一节 广告传播策略的含义与原则 第二节 经典广告传播策略 第三节 隐性广告传播策略 第四节 跨文化传播策略 第六章 广告媒体策划 第一节 大众媒体特性透视与消费者媒体选择 第二节 营销目标与广告媒体选择 第三节

区域规模与广告媒体选择第四节 对各种广告媒体的综合评价第五节
媒体整合与媒体创新第六节 媒体综合计划书第七章 广告非媒体传播策划第一节
新闻事件策划第二节 赞助策划第三节 促销策划第四节 运动策划第五节
品牌体验策划第八章 整合营销传播策划第一节 整合营销传播的基本概念与内涵第二节
整合营销传播策划思路第三节 整合营销传播作为一种方法第九章
广告整体策划书的撰写案例链接：某牌化妆品组合系列广告策划书案例鉴评：轻怡百事
可乐广东市场2004年广告策划书附录1996～2005年广告策划理论研究综述主要参考文
献后记

• • • • • ([收起](#))

[广告整体策划概论_下载链接1](#)

标签

2016年：阅读清单

评论

[广告整体策划概论_下载链接1](#)

书评

[广告整体策划概论_下载链接1](#)