

广告理论与实务（第二版）（另赠教学资源）



[广告理论与实务（第二版）（另赠教学资源）_下载链接1](#)

著者:娄炳林

出版者:高等教育出版社

出版时间:2010

装帧:

isbn:9787040284454

【ISBN】 9787040284454

【跨类】 跨高职高专

【获奖项目】 十五国家级规划教材修订版

【精品标记】 否

【社内分类】 高职高专市场营销

【适用分级】 高职高专

【适用专业】 市场营销

【内容简介】 本书是普通高等教育“十五”国家级规划教材的修订版。与第1版相比，该书更为突出广告实务，在精讲广告理论的同时，以更多的篇幅来介绍广告工作从前期策划到中期制作再到后期跟踪调查一系列的实务操作技巧，具有很强的应用性。本书在讲解过程中，还配有大量案例，便于学生理解一些可意会不可言传的技巧性内容。每章还有大量习题，帮助学生总结温习所学内容。本书可作为高等职业学校、高等专科学校、成人高校、本科院校高职教育相关专业学生的学习用书，也可供五年制高职、中职学生及社会从业人员参考使用。

本书目数据来自新华书店总店信息中心、《新华书目报-科技新书目》、《新华书目报-社科新书目》、《全国大中专教学用书汇编》及新华书店总店信息中心可供书目，欢迎购买书目数据、定制书目数据

作者介绍:

目录: 第一章 广告基本概念

第一节 广告概念

第二节 广告的分类

第三节 广告的构成

本章小结

复习思考题

案例分析

第二章 广告调查与分析

第一节 广告调查

第二节 广告定位

第三节 广告战略的确定

第四节 广告计划的制定

第五节 广告预算

本章小结

复习思考题

案例分析

第三章 广告策划创意

第一节 广告策划

第二节 广告创意

第三节 广告创意理论

第四节 广告创意的思维方法

本章小结

复习思考题

案例分析

第四章 广告制作。

第一节 广告文案

第二节 电视与广播广告制作

第三节 印刷广告制作

第四节 网络广告制作

第五节 其他类型广告制作

本章小结

复习思考题

案例分析

第五章 广告媒介

第一节 广告媒介的类型及特征

第二节 广告媒介选择

本章小结

复习思考题

案例分析

第六章 广告策略

第一节 广告策略概述

第二节 广告心理策略

第三节 广告宣传策略

第四节 广告促销策略

本章小结

复习思考题

案例分析

第七章 广告效果

第一节 广告效果概述

第二节 广告效果的测定原理

第三节 广告传播效果的测定方法

第四节 广告销售效果及其测定

本章小结

复习思考题

案例分析

第八章 广告的多角关系

第一节 广告活动过程

第二节 广告主的广告意识

第三节 广告受众的心理

第四节 广告公司的运作机制

第五节 广告代理制

本章小结

复习思考题

案例分析

第九章 广告管理

第一节 现代广告的法规管理

第二节 现代广告的自律管理

第三节 现代广告的社会监督管理

本章小结

复习思考题

案例分析

第十章 国际市场广告

第一节 国际市场广告的定义

第二节 国际市场广告环境

第三节 国际市场广告的策略

第四节 国际市场广告的实施

本章小结

复习思考题

案例分析

参考文献

• • • • • [\(收起\)](#)

[广告理论与实务（第二版）（另赠教学资源）_下载链接1](#)

标签

评论

[广告理论与实务（第二版）（另赠教学资源）_下载链接1](#)

书评

[广告理论与实务（第二版）（另赠教学资源）_下载链接1](#)