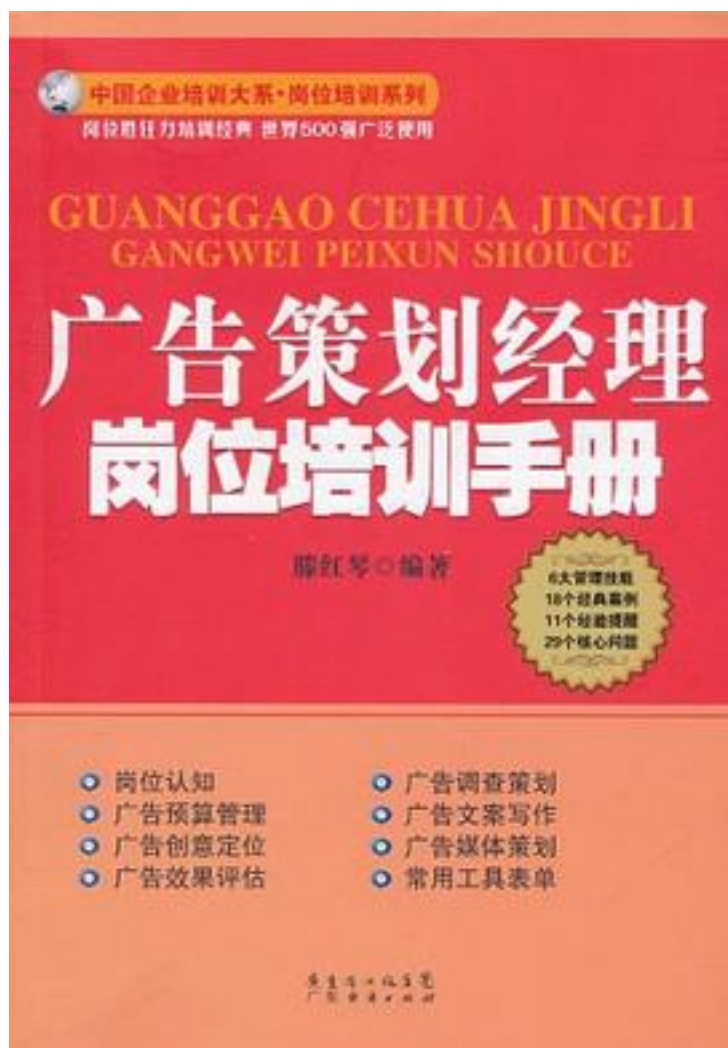


广告策划经理岗位培训手册



[广告策划经理岗位培训手册_下载链接1_](#)

著者:滕红琴

出版者:广东经济

出版时间:2011-6

装帧:

isbn:9787545407471

《广告策划经理岗位培训手册》具有以下三大特色：实用性与有效性。本丛书力求实用，从岗位选择到具体的培训内容。都尽量贴近企业管理实际，贴近岗位工作实际，强调针对性和实操性；同时十分注重培训效果，要求受训者边学习边操练，快速把知识转化为行动和工作绩效。

资深实战专家编写。特邀一批理论水平卓著，同时实践经验也非常丰富的一线专家执笔，充分保证内容的专业度和可操作性。

500强企业广泛应用。本丛书曾作为培训资料，在宝洁、可口可乐、丰田、大众、壳牌、沃尔玛等世界500强在华企业，及中石油、中国移动、海尔、蒙牛等国内著名企业中应用，是经过实践检验行之有效的岗位培训优秀读本。

本丛书所选择的岗位，既包括中国现代企业通用的基本岗位，如各部门的经理、主管、助理、专员等职能岗位，也包括如电信、房地产、酒店、餐饮、商超、服装等诸多行业的各类特色职能岗位，可以满足各级各类企业岗位培训的基本需求。

作者介绍:

广告策划人，硕士研究生，中国传媒大学(原北京广播学院)文艺编导专业毕业，现任职北京某广播电视中心广告部主任，同时兼北京某广告公司总经理。在国内主流媒体发表广告策划方面的文章10多篇，经常举办并主持广告讲座。良好的语言表达能力，涉猎广泛的知识面，深厚的理论功底，丰富的管理及实际工作的经验，培训深入浅出，点面结合，得到受训人员的好评。

目录: 第一章 广告策划经理岗位认知 第一节 广告策划经理岗位描述	3
一、市场调查	5
二、策划工作	5
三、管理工作	6
第二节 广告策划经理岗位要求	28
一、心理素质要求	28
二、知识素质要求	29
三、能力素质要求	31
四、职业道德素质要求	32
☆探究·思考	33
第二章 广告调查策划 第一节 广告调查内容	37
一、广告调查的作用	37
二、广告调查的特点	38
三、广告调查的内容	39
第二节 广告调查步骤	44
一、调查准备阶段	44
二、调查实施阶段	45
三、分析和总结阶段	47
第三节 广告调查技能	49
一、观察法	49
二、访问法	51
三、实验法	54
四、态度测量表法	57
五、广告调查技术	59
☆探究·思考	64
第三章 广告预算管理 第一节 广告预算内容	67
一、广告预算的意义	67
二、广告预算的内容	68
三、影响广告预算因素	70
第二节 广告预算编制	75
一、广告预算制订方法	75
二、广告预算编制程序	79
第三节 广告预算分配	81
一、按时间分配广告经费	81
二、按地区分配广告经费	82
三、按产品分配广告经费	83
四、按媒介分配广告经费	84
☆探究·思考	85
第四章 广告文案写作 第一节 文案标题写作	89
一、文案标题的作用	89
二、文案标题的类型	90
三、文案标题写作形式	92
四、文案标题写作要求	93
第二节 文案正文写作	94
一、文案正文的作用	94
二、文案正文的结构	95
三、文案正文的具体形式	97
四、文案正文的写作要求	101
第三节 广告标语写作	103
一、广告标语与标题的区别	103
二、广告标语的种类	104
三、广告标语的写作要求	105
☆探究·思考	108
第五章 广告创意定位 第一节 广告创意概述	111
一、广告创意特征	111
二、广告创意依据	112
三、广告创意原则	114
四、广告创意内容	115
第二节 广告创意程序	118
一、资料准备阶段	118
二、确定诉求点	119
三、选择定位点	119
四、进行艺术化	119
五、做好形式化	121
第三节 广告创意策略	122
一、USP策略	123
二、品牌形象策略	125
三、广告定位策略	127
第四节 广告定位策略	130
一、广告定位的发展	130
二、广告定位的意义	131
三、广告定位的分析	133
四、广告定位的内容	135
☆探究·思考	139
第六章 广告媒体策划 第一节 广告媒体概述	143
一、广告媒体的功能	143

二、广告媒体的种类／144 第二节 广告媒体选择／159
一、确定广告信息传播的数量指标／159 二、选择广告媒体应考虑的因素／163
三、选择广告媒体的具体方法／164 第三节 广告媒体策略／166
一、广告媒体策略内容／166 二、广告媒体制定目的／166
三、广告媒体分配策略／168 四、广告策略选择技巧／170 ☆探究·思考／173第七章
广告效果评估 第一节 广告效果评估流程／177 一、广告效果评估的意义／177
二、广告效果评估的步骤／178 三、广告效果评估的原则／180 第二节
广告效果评估内容／183 一、广告心理效果评估／183 二、广告经济效果评估／190
三、广告社会效果评估／195 ☆探究·思考／196附录 总自检／197 常用工具表单／201
参考文献／205
· · · · · (收起)

[广告策划经理岗位培训手册_下载链接1](#)

标签

品牌管理

评论

[广告策划经理岗位培训手册_下载链接1](#)

书评

[广告策划经理岗位培训手册_下载链接1](#)