

《网络广告》

图书基本信息

书名：《网络广告》

13位ISBN编号：9787562434184

10位ISBN编号：7562434182

出版时间：2005-9

出版社：重庆大学出版社

作者：钟强 编

页数：250

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《网络广告》

内容概要

《网络广告》较全面地介绍了网络广告的基础理论和最新的研究成果及技术手段。《网络广告》共分11章，主章内容包括网络广告的策划、制作、预算、效果测定和管理等。全书内容生动、活泼，除书中引入大量的案例和实用技巧之外，每章后面还安排了适量的思考题和网上作业题，具有较强的可读性、实用性和可操作性。

《网络广告》既适合高职电子商务专业、网络营销专业、营销专业、广告专业等相关专业的学习，亦可作为广告设计者、电子商务爱好者参考之用。

《网络广告》

书籍目录

第1章 网络广告概述 1.1 网络广告的基本概念 1.2 网络广告的传统广告比较第2章 网络广告的基础理论 2.1 广告定位理论 2.2 广告表现理论 2.3 广告设计理论 2.4 广告各媒体之特点第3章 网络广告心理 3.1 受众的基本心理过程 3.2 网络广告的感知觉效果 3.3 网络广告的心理效果评价第4章 网络广告调查 4.1 网络广告调查概述 4.2 网络广告调查的方式及内容 4.3 网络广告调查的内容 4.4 网络广告调查实务第5章 网络广告策划 5.1 网络广告策划概述 5.2 网络广告策划的实务第6章 网络广告的创制 6.1 网络广告的创意 6.2 网络广告方案写作 6.3 网络广告的制作第7章 网络广告手段及发布 7.1 横幅广告 7.2 搜索引擎 7.3 网络社区 7.4 电子邮件广告 7.5 电子杂志广告第8章 网络广告预算 8.1 网络广告预算的概念 8.2 制定广告预算的方法 8.3 网络广告预算的管理第9章 网络广告效果测定 9.1 网络广告效果的涵义及特征 9.2 网络广告效果测定的指标、原则及方法第10章 网络广告管理 10.1 网络广告管理概述 10.2 网络广告管理的现状第11章 网络广告的制作实例 11.1 网络广告制作软件简介 11.2 旗帜广告制作 11.3 部分网络广告制作软件参考文献

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:www.tushu111.com