

《当代广告学精要》

图书基本信息

书名：《当代广告学精要》

13位ISBN编号：9787811221596

10位ISBN编号：7811221594

出版时间：2008-1

出版社：7-81122

作者：阿伦斯

页数：520

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

《当代广告学精要》

内容概要

《当代广告学精要》

作者简介

作者：(美国)威廉·F.阿伦斯 (美国)大卫·H.谢弗

《当代广告学精要》

书籍目录

第一部分 广告概览第1章 广告的现状与发展历程第2章 广告的经济、社会和法规层面第3章 广告业第二部分 理解目标受众第4章 市场细分、目标营销与营销组合第5章 传播与消费者行为第三部分 策划程序第6章 客户策划与调研第7章 制订营销与广告计划第四部分 创意过程第8章 创意策略与创意过程第9章 创意实施：艺术与文案第10章 印刷、电子与数字媒介广告的制作第五部分 触及目标受众第11章 印刷广告第12章 电子媒介：电视与广播第13章 数字互动媒介与直邮第14章 户外媒介、陈列媒介和辅助媒介的运用第六部分 整合营销传播要素第15章 媒介策划与购买第16章 关系的建立：直复营销、人员推销与销售推广第17章 关系的建立：公共关系、赞助与企业广告词汇表尾注

《当代广告学精要》

精彩短评

- 1、跟考研要看的那本广告英语很配
- 2、我在4A国际广告已经工作多年了，觉得这本书的作者有实际操作经验，自己还开过广告公司，非常实用精要。是全英文版的（每章标题有中文对照，但内文全英文），而且是彩色的，这个价格值得！非常适合外资广告公司工作时用！
- 3、很好的英文教材，very usefull.

《当代广告学精要》

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