

# 《广告理论与实务》

## 图书基本信息

书名：《广告理论与实务》

13位ISBN编号：9787505896147

10位ISBN编号：7505896148

出版时间：2010-7

出版社：经济科学出版社

作者：赖庆梅

页数：238

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](http://www.tushu111.com)

# 《广告理论与实务》

## 内容概要

# 《广告理论与实务》

## 书籍目录

项目一 广告的基本知识 任务1 广告概述 一、广告的含义 二、广告的要害 三、广告的分类 四、广告的特征 任务2 广告的作用 一、广告对企业的作用 二、广告对消费者的作用 三、广告对社会的作用 任务3 广告的产生与发展 一、西方广告的产生与发展 二、中国广告的产生与发展 三、未来世界广告的发展 任务4 广告与其他相关概念的关系 一、广告与新闻传播的关系 二、广告与公共关系的关系 三、广告与市场营销的关系 任务5 广告学的学科来源 一、广告学的产生与发展 二、广告学与心理学的关系 三、广告学与市场学的关系 四、广告学与社会学的关系 项目二 广告与消费行为 任务1 消费行为 一、消费行为(Consumer Behavior)的含义 二、研究消费行为的意义 三、消费行为的影响因素 四、消费行为的过程 任务2 广告与消费行为 一、与广告相关的消费行为概念 二、广告对消费行为的影响 任务3 中国消费者的特殊消费心理 一、面子心理 二、从众心理 三、崇尚权威心理 四、炫耀攀比心理 五、重视情感心理 项目三 广告调研 任务1 广告调研概述 一、广告调研的含义 二、广告调研的内容 三、广告调研的特点 四、广告调研的作用 五、广告调研的步骤 任务2 广告调研的方法 一、抽样设计 二、广告调研的方法 任务3 广告调研的技巧 一、焦点小组访谈 二、调查问卷的设计技巧 项目四 广告策划 任务1 广告策划概述 一、广告策划的含义 二、广告策划的内容 三、广告策划的原则 四、广告策划的特性 五、广告策划的地位和作用 任务2 广告策划的步骤与方法 一、广告策划的一般程序 二、广告策划的运作流程 三、广告策划的思维方式 任务3 广告定位 一、定位的内涵 二、广告定位理论的发展 ..... 项目五 广告创意 项目六 广告文案 项目七 广告媒体 项目八 广告的设计与制作 项目九 广告效果测评 项目十 广告管理 项目十一 国际广告 附录一 中华人民共和国广告法 附录二 广告管理条例 附录三 广告管理条例实施细则 附录四 印刷品广告管理办法 附录五 户外广告登记管理规定

# 《广告理论与实务》

## 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](http://www.tushu111.com)