

# 《广告原理与实务》

## 图书基本信息

书名：《广告原理与实务》

13位ISBN编号：9787504645890

10位ISBN编号：7504645893

出版时间：2007-1

出版社：中国科学技术出版社

作者：张启杰,钟立群

页数：170

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)

# 《广告原理与实务》

## 内容概要

广告原理与实务，ISBN：9787504645890，作者：张启杰，钟立群 主编

# 《广告原理与实务》

## 书籍目录

第一章 广告概述 第一节 广告的概念 第二节 广告的起源与发展 第三节 广告的分类第二章 广告心理  
第一节 广告受众心理分析 第二节 广告的心理诉求 第三节 广告心理策略第三章 广告目标与广告预算  
第一节 广告目标 第二节 广告计划 第三节 广告预算第四章 广告媒体 第一节 印刷媒体 第二节 电子媒  
体 第三节 其他媒体第五章 广告创意 第一节 广告创意的概念与特征 第二节 广告创意的理论 第三节  
广告创意的方法 第四节 广告创意的表现第六章 广告文案创作 第一节 广告文案的结构 第二节 分类广  
告文案 第三节 广告文案写作技巧第七章 广告效果测评 第一节 广告效果测评的意义 第二节 广告传播  
效果测评 第三节 广告经济效果测评 第四节 广告社会效果测评第八章 广告经营与管理 第一节 广告代  
理制 第二节 广告公司经营管理 第三节 广告的法律管理 第四节 广告的行业自律参考文献

# 《广告原理与实务》

## 精彩短评

1、好。。。很好

2、由于工作需要，选择了这本书做教材，我觉得它最大的一个好处就是有一些经济、营销方面的内容，对全文科的学生来说，就是一种借鉴。但作为教材，如果能有配套的教案，或者是，有配套的一些广告的电子版就更好一些。我们现在自己在网上找第一有些找不到了，第二找起来也非常的费时间。

## 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)