

# 《现代广告理论与实务》

## 图书基本信息

书名：《现代广告理论与实务》

13位ISBN编号：9787565403651

10位ISBN编号：7565403652

出版时间：2011-7

出版社：东北财经大学出版社有限责任公司

页数：283

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)

# 《现代广告理论与实务》

## 内容概要

《现代广告理论与实务(第2版)》的编著者从把握学科的性质出发,试图予以结构、体系创新,使该书具备以下几个特点:其一,全书在详述理论的基础上,重点向实践倾斜,这符合学科的性质。其二,有重点、有鉴别地吸收国外先进的广告理论。

《现代广告理论与实务(第2版)》是集体智慧的结晶,同时也吸收了同行的研究成果,在此特别致谢。参与编著的单位有湖南商学院、湖南财政经济学院、谋远企业策划中心等。编著者的具体分工为:石青辉负责第一章、第二章、第三章;贺康庄负责第五章、第六章;朱思文负责第十章、第十二章、第十三章;李莉负责第七章、第九章;程凯负责第四章、第八章;张琼霓负责第十一章。该书由贺康庄、石青辉任主编,朱思文、李莉任副主编。

该书是适应全国市场营销专业本科教学和自学而编写的,也可作为专科院校、企业等单位的学习参考用书。

## 书籍目录

### 第一章 广告概论

#### 本章提要

#### 第一节 广告的概念

#### 第二节 广告与相关活动的界定

#### 第三节 广告的构成

#### 第四节 广告的分类

#### 本章小结

#### 复习思考题

### 第二章 广告的起源与发展

#### 本章提要

#### 第一节 世界广告的起源与发展

#### 第二节 中国广告的产生与演变

#### 本章小结

#### 复习思考题

### 第三章 广告组织

#### 本章提要

#### 第一节 广告组织的类型

#### 第二节 广告组织的经营

#### 第三节 广告组织的选择

#### 本章小结

#### 复习思考题

#### 案例

### 第四章 广告心理

#### 本章提要

#### 第一节 广告与心理的关系

#### 第二节 注意与广告

#### 第三节 记忆与广告

#### 第四节 说服与广告

#### 第五节 广告的受众心理、色彩心理及性心理

#### 本章小结

#### 复习思考题

#### 案例

### 第五章 广告策划概述

#### 本章提要

#### 第一节 广告策划的含义及作用

#### 第二节 广告策划的要求与原则

#### 第三节 广告策划的程序

#### 第四节 广告策划书的格式

#### 本章小结

#### 复习思考题

#### 案例

### 第六章 广告目标与广告调查

#### 本章提要

#### 第一节 广告目标

#### 第二节 广告调查

#### 本章小结

#### 复习思考题

案例

## 第七章 广告预算

本章提要

第一节 广告预算的作用和依据

第二节 广告预算步骤和广告投资理论

第三节 广告预算编制的方法及分配

本章小结

复习思考题

案例

## 第八章 广告创意

本章提要

第一节 广告创意的基本理论

第二节 广告创意的特征与原则

第三节 广告创意的过程与方法

本章小结

复习思考题

案例

## 第九章 广告文案写作

本章提要

第一节 广告文案及其写作要求

第二节 广告标题

第三节 广告正文

第四节 广告标语

本章小结

复习思考题

案例

## 第十章 广告媒体

本章提要

第一节 广告媒体的类型及特点

第二节 广告媒体的选择

第三节 广告媒体策划

本章小结

复习思考题

案例

## 第十一章 广告策略

本章提要

第一节 广告策略的含义及作用

第二节 广告产品策略

第三节 广告市场策略

第四节 广告实施策略

本章小结

复习思考题

案例

## 第十二章 广告效果测评

本章提要

第一节 广告效果测评概述

第二节 广告沟通效果的测评

第三节 广告经济效果测评

第四节 广告社会效果测评

本章小结

复习思考题

案例

## 第十三章 广告管理

本章提要

第一节 广告管理概述

第二节 广告代理制

第三节 国外广告管理

本章小结

复习思考题

案例

## 附录一

中华人民共和国广告法

## 附录二

国际商业广告从业准则

## 附录三

美国电视广告规范

## 附录三

中外著名广告公司

## 主要参考文献

# 《现代广告理论与实务》

## 精彩短评

- 1、很全面，很不错，值得学习
- 2、还行吧，

# 《现代广告理论与实务》

## 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)