

《广告实务》

图书基本信息

书名：《广告实务》

13位ISBN编号：9787302261698

10位ISBN编号：7302261695

出版时间：2011-7

出版社：清华大学出版社

页数：235

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

《广告实务》

内容概要

《广告实务》是依据一线广告职业岗位群对广告知识和技能的需求，将广告知识与广告实务相融合，以培养学生综合素质为目标，以能力为本位，以就业为导向，进行系统化课程设计。全书以“项目导向、任务驱动”模式展开，共分7个项目；认知广告基础工作、广告调研、凝练广告创意、组合广告媒体、撰写广告文案、测评广告效果与规范广告运作。每个项目根据职业需要筹划相关任务，每个任务都以“成果展示与分析 - 知识储备 - 任务演练”的逻辑思路组织内容，同时在知识储备中贯穿了较多同步案例分析，以达到“边做边学、先做后学”的效果。在设计任务时，既贯彻先进的高职教育理念，又注重教材的理论性和完整性，以使学生在广告业务方面具备一定的可持续发展的能力，较好地解决和实现了高职教材一直提倡但又难以实现的“理论必需、够用”的问题和要求。

《广告实务》实用性强，既可作为高职高专经济管理类、外贸商务类专业的教材，也可作为社会培训教材、职业资格考证用书和自学用书。

书籍目录

项目一 认知广告基础工作

学习任务

1.1 广告基本内涵

成果展示与分析

百年润发，缘结百年

知识储备

1.1.1 广告

1.1.2 广告的特征

1.1.3 广告的类型

1.1.4 广告要素

1.1.5 广告多样化功能

任务演练

如何实现广告引导消费的功能

学习任务

1.2 广告业务流程

成果展示与分析

“活力28”广告市场分析

知识储备

1.2.1 市场分析阶段

1.2.2 广告策略阶段

1.2.3 广告计划阶段

1.2.4 广告活动的效果预测及监控阶段

任务演练

撰写企业广告业务流程的分析报告

学习任务

1.3 广告与营销

成果展示与分析

“贝因美”2006年央视广告分析

知识储备

1.3.1 广告是营销的组成部分

1.3.2 广告营销趋于社会营销

任务演练

针对事例阐述企业广告与营销的关系

重点概括

综合实训

思考练习

项目二 广告调研

学习任务

2.1 广告调研的目的和内容

成果展示与分析

蒙牛的广告调研

知识储备

2.1.1 广告调研的含义

2.1.2 广告调研的目的

2.1.3 广告调研的要求

2.1.4 广告调研的内容

任务演练

设计产品调查的调查项目

学习任务

2.2 主要调研方法

成果展示与分析

新可口可乐跌入调研陷阱

知识储备

2.2.1 观察法

2.2.2 抽样调查法

2.2.3 典型调查法

2.2.4 访谈法

2.2.5 问卷调查法

任务演练

设计××产品的消费者需求的调查问卷

学习任务

2.3 撰写广告调研报告

成果展示与分析

百威啤酒广告效果调研报告

知识储备

2.3.1 广告调研的程序

2.3.2 广告调研报告的格式

2.3.3 撰写广告调研报告的注意事项

任务演练

撰写××产品的消费者需求的调研报告

重点概括

……

项目三 凝练广告创意

项目四 组合广告媒体

项目五 撰写广告文案

项目六 测评广告效果

项目七 规范广告运作

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