

《广告策划》

图书基本信息

书名：《广告策划》

13位ISBN编号：9787560728674

10位ISBN编号：7560728677

出版时间：2004-9

出版社：山东大学出版社

作者：梁绪敏/石束编

页数：183

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

《广告策划》

内容概要

《广告策划》实在是太丰富、太生动了，在这部教科书的熏陶下，山东的广告学人取得了长足的进步。“海岱广告书系”是一群在广告教育领域孜孜以求的广告学人在多年来多事广告教学与实践的基础上奉献给广告界的一点心得。

《广告策划》

书籍目录

第一章 广告策划概述 第一节 策划的源流 策划的概念 策划的源流 策划的现状 第二节 广告策划的特点与作用 广告策划的概念 广告策划的特点与作用 第三节 广告策划的原则 系统原则 战略至上原则 创新原则 动态原则 效益原则 真实原则 第四节 广告策划者的素质 良好的职业道德与社会公德 良好的科学素质与人文素质 良好的沟通能力与协调能力 高创造性是广告人才素质的核心 第五节 广告策划的学科基础 信息传播 市场营销 整合营销传播第二章 广告策划的运作流程 第一节 广告策划的运作流程 第二节 广告策划的内容 第三节 广告策划书的编写第三章 广告战略的策划 第一节 广告战略策划的基础知识 第二节 广告战略目标 第三节 广告战略设计第四章 广告策略策划（一） 第一节 广告策略策划的基础和要求 第二节 广告市场策略 第三节 广告产品策略 第四节 品牌广告策略第五章 广告策略策划（二） 第五节 广告心理策略 第六节 广告创意和表现策略 第七节 广告实施策略第六章 广告媒体策略 第一节 广告媒体分类及特性 第二节 广告媒体开发程序 第三节 广告媒体选择 第四节 广告预算及分配附录 广告策划书范例主要参考文献后记

精彩短评

1、够细致，但缺乏逻辑。

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