

# 《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：9787514126273

10位ISBN编号：7514126279

出版时间：2013-2

出版社：许云斐 经济科学出版社 (2013-01出版)

页数：418

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》

## 书籍目录

第一章 广告学导论（案例导入）广告，想说爱你并不容易 第一节 广告的基本概念 第二节 广告的分类 第三节 现代广告学与其他学科 第四节 现代广告学的研究对象和方法 复习与思考题 第二章 中外广告简史（案例导入）百年coca—cola广告宣传口号 第一节 古代广告简况 第二节 近现代广告的发展 第三节 现代广告业发展的特点及趋势 第四节 各国广告发展简况 复习与思考题 第三章 广告策划（案例导入）“农夫山泉有点甜” 第一节 广告策划的含义及程序 第二节 广告策划的内容 第三节 广告策划书的撰写 第四节 整合营销传播策略 复习与思考题 第四章 广告调研（案例导入）速溶咖啡调研 第一节 广告调研的基本内容 第二节 广告调研的基本模式 第三节 常用的广告调查方法 复习与思考题 第五章 广告与消费者心理（案例导入）脑白金广告的心理分析 第一节 广告与消费者心理概述 第二节 广告与消费者认知心理 第三节 广告与消费者购买行为 第四节 广告宣传的社会心理 复习与思考题 第六章 广告主题、创意与表现（案例导入）M&M's巧克力豆：“只溶在口，不溶在手” 第一节 广告主题 第二节 广告创意 第三节 广告表现 复习与思考题 第七章 广告设计与制作（案例导入）伊莱克斯的吸尘器广告 第一节 广告文案的设计 第二节 广告设计的视觉构成 第三节 平面广告的设计与制作 第四节 电子广告的设计与制作 第五节 电脑设计技术的运用 第六节 其他技术手段的运用 复习与思考题 第八章 广告媒体策略（案例导入）手机广告媒体 第一节 广告媒体研究导论 第二节 各类广告媒体研究 第三节 广告媒体的评估和整合 第四节 广告新媒体发展 复习与思考题 第九章 广告预算（案例导入）某运动品牌广告费用预算 第一节 广告预算概述 第二节 广告预算的编制 第三节 广告预算的分配与管理 复习与思考题 第十章 广告效果评估（案例导入）苹果ipod广告歌曲——听出来的广告效果 第一节 广告效果概述 第二节 广告效果评估的方法 第三节 网络广告效果的测定 复习与思考题 第十一章 广告公司（案例导入）奥格威的广告准则 第一节 广告公司概述 第二节 广告公司组织结构 第三节 广告公司业务运作流程 复习与思考题 第十二章 广告管理（案例导入）“贝芙美”涉嫌虚假广告 第一节 广告管理概述 第二节 广告法规管理 第三节 广告行业自我管理 第四节 国外广告管理 复习与思考题 第十三章 国际广告策略（案例导入）高露洁牙膏的标准化广告策略 第一节 国际广告概述 第二节 国际广告标准化与本土化策略 第三节 国际广告的发展趋势 复习与思考题 参考文献

## 章节摘录

版权页：插图：（一）中西古代广告的共性 1.因地制宜的适应性。首先，中西古代广告都产生于人类经济文化活动的中心地带。在西方，古代围绕着地中海这个伟大的内海而诞生。它们凭借地中海互相沟通，并且四处传播自己的思想和商业，故而服务于贸易活动的广告宣传也从这里产生——地中海沿岸各民族创造了人类历史上最原始的广告。而在东方中国，黄河流域孕育了华夏民族，成为东方“大文明”的心脏地带，经济文化十分繁荣，故而也随着商品生产和交换产生并发展起丰富多彩的广告形式。其次，顺应地利而传播的机灵性。在西方，根据史书记载，古代的腓尼基人把贩卖的物品刻画在贸易场地两旁的山岩上，用于招徕顾客。而在中国，无论是古老的敦煌莫高窟，还是历史悠久的大雁塔的千古记载，我们都可将其理解为一种古人用于传播文化信息的形式广告。 2.传播形式上的窄播性。从总体上说，由于生产力及其科技发展水平的限制，古代的中西方广告媒介都受到很大的局限，人们更多地运用窄播如人际传播为基本广告形式。公元前700年至公元前146年期间，古代埃及的亚历山大里亚逐渐成为地中海沿岸各民族的商业中心，有的船主雇专人在码头上大声叫喊船只泊岸时间。这种信息通知不能像今天借助发达的广播、电视媒介进行广泛的声像传播，而只能采取纯朴、原始的方式。同样，在中国古代，无论是大街小巷的吆喝，还是磨刀霍霍的鼓动，都只能对以自我为中心的人群和地域奏效。这也是古代广告与现代广告的本质区别所在。

# 《现代广告理论与实务》

## 编辑推荐

《21世纪高等院校财经类专业核心课程规划教材:现代广告理论与实务》是由许云斐主编，经济科学出版社出版的。

# 《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)