

# 《广告信息调查》

## 图书基本信息

书名：《广告信息调查》

13位ISBN编号：9787500534402

10位ISBN编号：750053440X

出版社：中国财政经济出版社

作者：王忠诚

页数：210

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.tushu000.com](http://www.tushu000.com)

# 《广告信息调查》

## 内容概要

本书论述了广告信息在当代社会经济生活中所发挥的重大作用。它不仅引导消费，促进经济发展，同时，还在政治、文化等方面发挥显著作用，为建设整个社会的精神文明服务。

本书着重用信息论、系统论、控制论的观点来分析和阐述当代广告信息活动及其规律性。此书深入浅出，通俗易懂，实用性强，可供从事广告业者和企业销售人员阅读，亦可作为业务参考书。

## 作者简介

王忠诚 男，1965，年生于吉林省长春市。法律系毕业，广告学副教授。并研修过新闻学、广告学、公共关系学等多门学科。

作者1998年开始从事广告科学、艺术研究、公共关系等工作。曾在深圳世界建筑导报社任采访部副主任、深圳南方广告公司业务部主任。现任吉林省松花江大学广告系主任、吉林省百思特国际广告博览有限公司策划总监、长春市广告研究会会长。

## 书籍目录

### 第一章

第一节 广告信息的概念、科学属性

第二节 广告信息的功能

第三节 广告信息的分类

第四节 广告信息的基本特征

第五节 广告信息的研究

### 第二章 广告信息的发展及其发展及其系统

第一节 中国广告信息业的产生与演进

第二节 广告信息系统的组织原则

第三节 广告信息系统在世界大系统中的地位

第四节 广告信息的组织系统

第五节 广告信息的技术系统

第六节 广告信息系统的科学化

第七节 广告信息的信源、信宿及其相互关系

### 第三章 广告信息的溯的信道与与信息流蹦蹦

第一节 广告信息的信道

第二节 广告信息流

### 第四章 广告信息广告信息的传播艺术与应用技巧

第一节 广告信息传播形式的特殊性

第二节 广告信息传播的艺术形式

第三节 广告信息与公共关系

第四节 驾驭信息受众的“沉淀意识”，发挥广告信息传播效果

### 第五章 广告信息的信息量度的价值观踞踞赠缀

第一节 广告信息的信息量度

第二节 广告信息的经济效益量度

第三节 广告信息的价值观念

第四节 提高广告信息效益的重要方法

### 第六章 广告信息现状与发展趋势

第一节 我国广告信息的发展趋势

第二节 我国广告信息业面临的主要问题

第三节 我国广告信息业要自强于世界民族之林

# 《广告信息调查》

## 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.tushu000.com](http://www.tushu000.com)