

图书基本信息

书名：《智略》

13位ISBN编号：9787111188094

10位ISBN编号：7111188098

出版时间：2006-1

出版社：机械工业出版社

作者：陈亮

页数：227

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

内容概要

如今，企业面临的竞争环境越来越激烈，企业的媒介资源投放也是如此，环境变化的要求使企业的媒介投放越来越趋于科学化和理性化，企业生存的压力对媒介投放的效率提出了更高要求。本书系统介绍了与广告媒介投放相关的基础知识，并就实际操作媒介策划的过程进行了全方位的展示，将著名企业的媒介传播之道跃然纸上。它提供了切实可行的广告媒介投放实施操作方法，是企业营销人员和媒介运作人员的一流业务指导书。

作者简介

陈亮，执行力传媒机构媒体传播总监，资深广告媒体传播专家。有多年媒介策划工作经验，是多家专业杂志、网站的专栏作家，曾在《中国广告》、《销售与市场》、《广告大观》、《广告直通车》、《广告导报》、《新快报》等媒体上发表观点和接受采访。长期致力于中国企业媒介传播经验的积累与实践，兼任穗广媒体广告公司媒介总监、广东时尚频道广告公司媒介总监、北京中视汇合传媒公司媒介总监和多家国内外企业媒介传播顾问，出版著作《智略：广告媒介投放实施方法》、《制胜：企业媒体传播之道》(即将出版)。其所在团队执行力传媒机构是致力于企业媒体传播体系的综合服务机构，团队通过自身资源和策略整合，迅速与众多著名国内外大型企业建立了长期良好的合作关系。为广东健力宝集团、美国银子弹啤酒、广州香雪制药、广州长隆集团等60多家国内外企业提供了媒体传播投资方面的服务。

书籍目录

前言第1章 媒体发展和“媒介入世”1.1 媒体发展概述 / 31 . 2 媒介 / 41 . 3 新媒体 / 61 . 4 媒体与跨国广告公司 / 10第2章 认识媒介性与媒介产品2.1 电视广告表现形式 / 20 2.2 广播广告表现形式 / 232 . 3 报纸广告表现形式 / 242 . 4 杂志广告表现形式 / 242 . 5 户外广告 / 252 . 6 交通广告 / 262 . 7 网络广告 / 272 . 8 店铺广告 / 292 . 9 电影院广告 / 30第3章 广告媒体投放的决策基础3.1 广告传播理论的引子 / 333 . 2 广告媒体适用性 / 333 . 3 广告媒体资源的认识 / 353 . 4 媒体选择因素 / 37第4章 媒介推广原则和策略4.1 广告推广的基本作用 / 434 . 2 广告推广的原则 / 444 . 3 推广目标与预算 / 454 . 4 现代媒介策略趋势 / 48第5章 媒介机会与常用的数据评估5.1 认识媒介机会 / 575 . 2 如何作媒介计划的购买后分析 / 615 . 3 媒介数据的来源和机构介绍 / 63附件：基础类型的媒介数据样报 / 66 样报A 银子弹啤酒广东电视台体育频道监测样报 / 66 样报B 银子弹啤酒广东电视台珠江频道监测样报 / 69 样报C NNN4-N中央电视台媒介效果评估样本 / 72 样报D 跟踪效果评估样表 / 73 样报E 单一广告播出对比报告 / 75 样报F TCL电视机电视广告时段分析报告 / 76 样报G 电视机类广告投放统计——区分省份 / 77 样报H 洗衣粉电视广告投放统计——区分媒体 / 78 样报P 长沙地区白酒电视广告投放统计——区分月份 / 79 样报Q 同类别产品电视媒体效果对比分析一 / 80 样报R 同类别产品电视媒体效果对比分析二 / 81 样报s 2002年果汁类广告投放前6位品牌分城市媒体组合 / 82第6章 媒体执行的排期与合同6.1 广告排期类型 / 916 . 2 媒介投放的时间段模式 / 92附件A 媒介业务工作单 / 93附件B 媒介项目广告代理合同 / 93附件C 媒介公司广告代理合同书 / 94第7章 媒介策划安全精选案例精选一：美国银子弹啤酒2003年媒介策略提案 / 101案例精选二：广州医药集团潘高寿媒介策略提案 / 142案例精选三：深圳三九集团胃泰产品媒介策略提案 / 156案例精选四：广州东雅轩房地产项目媒介策略提案 / 177案例精选五：首信手机媒介策略提案 / 189附录附录A 中国企业的媒体营销观 / 213附录B 颠覆“红海”，发现“蓝海”战略 / 216附录C 特殊媒体形式的独特优势 / 218附录D 企业媒介投放背后的决定力量 / 221附录E 广告传播如何与公关进行协同(访谈) / 224参考文献

精彩短评

- 1、对一般的广告媒介投放，不是很好的教科书。但看看也还行吧。
- 2、写的不错,有用处
- 3、很有用，对于初学者来说。

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