

《公司广告策划和广告战略（上下）》

图书基本信息

书名：《公司广告策划和广告战略（上下）》

13位ISBN编号：9787810682534

10位ISBN编号：7810682539

出版时间：2001-03

出版社：云南大学出版社

作者：苗宇

页数：782

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

《公司广告策划和广告战略（上下）》

内容概要

本书是“公司实战丛书——广告战”系列书之一。它以一百多个经典案例，实距操作全程分析，一步一步地介绍了公司广告策划和广告战略。全书结构清晰，内容生动，案例丰富，讲解通俗，科学实用，为企业提供了一个全面周祥的参考。

《公司广告策划和广告战略（上下）》

书籍目录

上册

- 第一章 公司广告与公司广告策划
- 第二章 现代广告与市场经济
- 第三章 现代广告与传统广告的历史比较
- 第四章 现代广告的特征
- 第五章 市场调查和案例
- 第六章 产品调查
- 第七章 公司广告调查方法和案例
- 第八章 广告调查中的消费心理

下册

- 第九章 广告效果调查
- 第十章 广告定位
- 第十一章 商业广告的定位分析
- 第十二章 广告战略
- 第十三章 广告费用预算调控
- 第十四章 广告预算的编制及分配
- 第十五章 著名新闻媒体及广告公司的广告服务收费标准

《公司广告策划和广告战略（上下）》

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