

《广告学教程》

图书基本信息

书名：《广告学教程》

13位ISBN编号：9787300051758

10位ISBN编号：7300051758

出版时间：2004-1

出版社：人民大学

作者：倪宁

页数：422

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

《广告学教程》

内容概要

《广告学教程》(第2版)简要介绍了广告学涵盖的各个方面,其中包括广告简史、广告机会、广告策划、广告表现战略、广告文案、广告设计与制作、广告媒体策略、广告组织与经营、广告效果、广告管理等内容。

《广告学教程》

作者简介

倪宁，中国人民大学新闻学院毕业后留校任教至今，现为教授。教育部新闻传播类专业指导委员会委员。多年主持学院新闻教学管理工作，从事广告学的教学和研究，承担《广告学概论》、《公关与广告》、《广告学研究》等多门本科和研究生课程的讲授任务，编著有《广告学教程》、《

《广告学教程》

书籍目录

第一章 广告概述 第一节 广告的特性 第二节 广告类别 第三节 广告的影响和作用 第四节 广告学的研究对象 第五节 广告学与其他学科的关系第二章 广告发展简史 第一节 广告的起源与演进 第二节 中国广告发展简况 第三节 外国广告发展简况第三章 广告机会分析 第一节 广告环境 第二节 消费者行为 第三节 产品与品牌 第四节 广告调查第四章 广告策划 第一节 广告策划的含义及特性 第二节 广告策划的内容 第三节 广告预算 第四节 广告策划书的撰写 第五节 整合营销传播策划第五章 广告表现战略 第一节 广告表现 第二节 广告创意 第三节 广告定位 第四节 广告表现手法第六章 广告文案 第一节 广告文案的基本概念 第二节 广告标题 第三节 广告正文 第四节 广告口号 第五节 广播电视广告词的写作第七章 广告设计与制作 第一节 广告设计的视觉构成 第二节 平面广告的设计与制作 第三节 电子广告的设计与制作 第四节 电脑设计技术的运用 第五节 其他技术手法的运用第八章 广告媒体策略 第一节 广告媒体的类别和特点 第二节 媒体计划 第三节 媒体组合策略 第四节 广告日程决策 第五节 互联网络媒体第九章 广告组织与经营 第一节 广告组织的历史沿革 第二节 专业广告组织 第三节 广告主广告组织 第四节 媒体广告组织 第五节 广告团体组织第十章 广告效果的测定 第一节 广告效果的含义及特点 第二节 广告传播效果的测定 第三节 广告销售效果的测定 第四节 广告社会效果的测定第十一章 广告管理 第一节 广告管理的含义和特性 第二节 广告管理的内容和方法 第三节 广告准则和广告审查 第四节 国外广告管理概况附录 中华人民共和国广告法 中国广告协会自律规则 广播电视广告播放管理暂行办法 有关广告业发展的资料 著名广告人物选介 常用广告术语摘录后记再版后记

《广告学教程》

编辑推荐

《广告学教程》共十一章，包括概述、广告简史、广告机会分析、广告策划、广告表现战略和媒体策略、广告文案、广告设计与制作、广告效果测定、广告组织与经营、广告管理等章节内容，还属于概论性的著述。在编写过程中，力图吸纳众家之长，希望能够为新闻传播类包括广告学专业在内的大专院校学生提供较全面的广告知识，作为引入广告殿门的学习用书；也希望能够成为广大广告爱好者和实务人员的参考读物。

《广告学教程》

精彩短评

- 1、比较系统的介绍了广告，值得购买！
- 2、这本书明显没有武汉大学那张德江那几个人的广告学教程好，这本书让人最恶心的地方是，到后面的编写简直是太潦草了，作者您的学术态度要好好反思一下。
- 3、当当发货总是很快
- 4、书的内容我就不说了，作者在这方面是很有研究的，而且书的质量和包装都很不错。
- 5、没看 但是很喜欢 我就爱在当当买东西，上次去** 不知道为什么货到付款时多收了10块钱。
- 6、选修课老师推荐的教材，内容丰富
- 7、有用的资料书
- 8、为了另一个大学的面试而一晚上翻完的书....写的挺好的。
- 9、整体觉得这本书还不错！具体的还没看，希望不会让我失望！呵呵.....
- 10、基础教材！
- 11、烂书 漏洞百出,古老无比,落后挨打
- 12、第二版细读过
- 13、课本
- 14、这本书是入门的，内容比较基础，挺不错。
- 15、这是本很多学校都会购买的教科书，但是极少有老师会再上课使用它

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