

《广告案例教程》

图书基本信息

书名：《广告案例教程》

13位ISBN编号：9787309033953

10位ISBN编号：7309033957

出版时间：2002-10-1

出版社：复旦大学出版社

作者：何佳讯

页数：358

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

前言

2002年岁末的某一天，厦门大学的陈培爱教授通过林升栋博士找到了我，约请我在他牵头组织的“普通高等教育‘十五’国家级规划教材”中写一本广告案例教材。当时我有些犹豫，主要原因是我编著的《广告案例教程》（第1版）刚由复旦大学出版社推出，要着手再写一本同类教材，是否一定能新的突破，确实不敢肯定。但顾及陈教授对我的信任和赏识，我最终还是答应了下来。一晃近四年过去了。这期间，我的学术重心放在了做创新性的实证研究（positive study）上，取得了一些成果，也时不时地想着广告案例教材如何“与时俱进”。我关心着广告界和工商界发生的新案例和新动态--这要感谢那些定期向我赠送样刊的十多家报纸杂志。同时，我也思考和体悟着广告活动的趋势--这是我在第1版（2002年）中就特别强调的重要问题。很显然，这些年大家对“品牌”问题异常热衷和追捧，已无须我再作说明。在四年前的第1版中，我把“品牌主义”作为中国广告四大趋势之一。如今，这个“趋势”已成“常态”。然而，直至2003年，以“营销学圣经”Philip Kotler所著《营销管理》（Marketing Management, 11版）为例，“品牌”的位置仍然与“产品”、“包装”处在一起，作为市场供应品决策的构成，尽管Kotler在前言中指出该版的重点之一是“品牌建设和品牌资产管理”。以我的看法，“品牌”仍然没有进入营销战略的层面。这使我在营销学课程教学安排中怀有一种为难的心态：一方面是理论权威的最新界定，在学生面前不作轻易“曲解”才是；另一方面，工商企业界对品牌的呼声似乎要加大品牌问题的课时，品牌内容的位置应该更前移才对。幸亏在MBA层次的教学，教师可有比较大的自由度，于是我的做法是把品牌战略与市场细分与定位、竞争战略并列，作为营销战略的三大方面，然后再讲传统的4P（产品、定价、渠道和促销）。在2003年12月的一次企业培训中，我开始尝试这样的架构（东昌企业集团，上海），之后一直沿用并完善这样的体系。我相信，对于我的这个“为难”心态，还有更多的学者体会到，只是仰望权威不宜“轻举妄动”而已。

一个星期前，我一位刚毕业的研究生罗雯小姐为我送来了最新的《Marketing Management》12版（2006年）复印本。我期望的改变终于看到了。在该版中，Kotler引入了一位新作者，那就是被誉为“品牌圣经”《战略品牌管理》一书的作者Kevin Lane Keller。综观全书，不但“建设强势品牌”独立成篇（三章），置于“塑造市场供应品”之前，而且品牌管理的知识渗透于相关章节。

《广告案例教程》

内容概要

《广告案例教程》聚焦于广告如何创建品牌资产的实务和理论。作者凭借其多年的专业研究经验，结合对中国市场演变的洞察，提出了当前广告作用的新看法，构建了新的教学体系和知识框架。全书选用35个经典与新近精彩实战案例为主体内容、辅以33项核心专业理论和著名跨国广告公司的操作程式为背景知识，系统地阐述广告与品牌资产的关系、营销战略与传播的关系、广告战术与传播工具。具体内容包括品牌资产、品牌传播、营销战略、整合营销传播、广告策略和创意、媒体策略等各方面。全书分三大部分，共10章。条理清晰、通俗易懂，操作性强。适合选为大专院校、成人高校相关专业与课程的教材或教学参考书，以及广告公司、咨询培训机构的培训教材或辅导书，也可供营销、广告从业人员以及一般读者自学。

作者简介

何佳讯，男，企业管理（市场营销）博士，中国市场学会理事，国家自然科学基金委员会评审专家（管理科学部），《营销科学学报》（Journal Of Marketing Science）匿名评审专家，上海投资咨询公司咨询专家，中国营销研究中心（CMC）研究员，中国心理学会会员。学术研究侧重领域：基于心理计量的品牌资产测量和管理，跨文化消费者行为与国际营销，转型经济体和新兴市场的品牌建立和营销投资等。华东师范大学商学院副教授、硕士生导师，主讲课程有“战略品牌管理”、“市场营销”、“服务营销”、“国际市场营销”等。先后主持或作为核心成员承担完成八项纵横向课题研究，学术成果发表在《中国工业经济》、《经济管理》、《外国经济与管理》、《心理科学进展》、《商业经济与管理》等国家核心学术期刊（CSSCI来源刊）上，独立或合作出版著作近十部。有10年案例研究的经验，迄今公开发表案例百余个，其中一些案例已被权威教材收录，或被网站广泛转载。《案例》专辑（浙江人民出版社）特约讲评专家、第二届中国市场最佳品牌建设案例评选（Interbrand主办）工作小组专家。应邀为中国太平洋财产保险、上海投资咨询公司、上海市人民政府发展研究中心、香港贸易发展局、春兰（集团）公司、神州数码（中国）公司、上海宝钢集团、上海石化集团、复星集团等做专项培训、咨询或报告。

《广告案例教程》

书籍目录

《广告案例教程》

精彩短评

- 1、评析不错
- 2、详实易懂的案例
- 3、作为一本教科书，能看进去已经很不错了。。。
- 4、教材。

《广告案例教程》

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