

<<广告公司工作流程与管理>>

图书基本信息

书名：<<广告公司工作流程与管理>>

13位ISBN编号：9787302258339

10位ISBN编号：7302258333

出版时间：2011-7

出版时间：清华大学出版社

作者：鲁彦娟 编

页数：278

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：<http://www.tushu007.com>

<<广告公司工作流程与管理>>

内容概要

鲁彦娟主编的《广告公司工作流程与管理》结合广告行业发展的新形势和新特点，针对广告公司对职员的专业素质的实际需求，借鉴4A级广告公司的实战管理案例，按照广告公司运作和管理的基本规律与流程，系统介绍广告公司的组织结构、职能部门、工作流程、客户管理、主要类别、工作计划、组织与管理、人力资源管理、广告法律法规等基本知识，并通过实际案例解析，启发学生开拓思路，提高广告企业从业者和学生的认知水平与综合应用能力。

由于《广告公司工作流程与管理》具有理论适中、知识系统、案例鲜活、通俗易懂、贴近实际等特点，并依据广告职业能力的要求，注重课堂教学与实际应用的紧密结合，因此本书既适合于专升本及高职高专院校广告艺术设计和经济管理等专业教学，也可以作为广告公司从业者的职业教育与岗位培训教材，对于广大社会读者来说也是一本非常有益的读物。

<<广告公司工作流程与管理>>

书籍目录

第一章 广告公司概况

学习要点及目标

本章导读

引导案例

第一节 广告概说

一、什么是广告

二、广告的独特性

第二节 广告公司的组织结构设计

一、组织的概念

二、组织结构设计的原则

三、组织结构设计的步骤

四、广告公司的组织结构设计

第三节 广告公司知多少

一、广告公司的不可替代性

二、广告公司的专业性

三、广告代理公司的种类

四、与广告有关的人员

本章小结

思考题

实训课堂

第二章 广告公司各职能部门

学习要点及目标

本章导读

引导案例

第一节 职能分解

一、职能分解的相关概念

二、职能分解的要点

三、职能分解的注意事项

四、职能分解的过程

五、职能分解表的编制

第二节 广告公司的职位设置与说明

一、工作分析

二、广告公司的职位设置

三、广告公司的职位说明书

四、广告公司的职位说明书范例

本章小结

思考题

实训课堂

第三章 广告公司工作流程

学习要点及目标

本章导读

引导案例

第一节 广告公司工作流程的定位

一、工作流程的基本概念

二、工作流程设计

<<广告公司工作流程与管理>>

第二节 广告公司工作流程

- 一、广告公司的工作流程介绍
- 二、4A广告公司工作流程
- 三、电视广告制作流程
- 四、品牌设计与品牌整合流程
- 五、AE与客户开会的流程和注意事项

第三节 智威汤逊广告公司工作流程

- 一、智威汤逊(J.W.T)广告公司的工作流程
- 二、J.W.T的品牌策划
- 三、J.W.T的创意策略

第四节 广告公司各部门的内部工作流程

- 一、各部门之间以及部门常规工作流程
- 二、工作简报流程

本章小结

思考题

实训课堂

第四章 广告公司的客户管理

学习要点及目标

本章导读

引导案例

第一节 广告公司如何维护客户关系

- 一、什么是“客户关系”
- 二、广告公司如何处理与客户的关系

第二节 广告公司对客户的管理

- 一、对客户的管理
- 二、如何与问题客户相处

第三节 广告公司与客户关系中存在的问题

- 一、广告公司与客户之间存在问题的原因
- 二、避免问题出现和解决问题的方法

第四节 国际广告公司维护客户关系的经验

- 一、灵狮广告公司维护客户关系的要点
- 二、奥美公司客户简报
- 三、客户对广告公司的建议

本章小结

思考题

实训课堂

第五章 广告公司的主要类别

学习要点及目标

本章导读

引导案例

第一节 全案代理广告公司

- 一、全案代理广告公司的概念
- 二、项目广告服务内容
- 三、全案代理广告公司的策划流程

第二节 广告设计公司

- 一、广告业务
- 二、制作部门设置差别

<<广告公司工作流程与管理>>

第三节 广告制作公司

- 一、影视广告的分类
- 二、影视广告的制作流程

第四节 广告媒介代理公司

- 一、媒介代理公司
- 二、网络广告

第五节 企业自办与本土广告公司

- 一、企业自办广告公司
- 二、本土广告公司

本章小结

思考题

实训课堂

第六章 广告公司工作流程的计划

学习要点及目标

本章导读

引导案例

第一节 计划

- 一、计划的含义
- 二、计划的要求和特点
- 三、计划的基本原则

第二节 计划的种类

- 一、广告战略目标计划
- 二、广告创意计划
- 三、广告媒体计划
- 四、广告策略计划
- 五、广告效果计划

第三节 计划编制的程序与实施

- 一、计划编制的流程
- 二、计划编制的具体工作
- 三、如何撰写广告计划书
- 四、计划的监督与改进

第四节 广告公司工作流程的目标管理

- 一、目标制定的意义与衡量标准
- 二、影响目标确定的因素

本章小结

思考题

实训课堂

第七章 广告公司的组织与管理

学习要点及目标

本章导读

引导案例

第一节 组织原理

- 一、关于组织原理
- 二、广告公司工作流程重组

第二节 组织设计与管理

- 一、广告公司的组织设计
- 二、广告公司的管理

<<广告公司工作流程与管理>>

第三节 组织结构设计

- 一、广告公司的组织结构
- 二、广告公司组织结构设计案例分析

第四节 组织结构模式

- 一、职能式的组织结构
- 二、项目式的组织结构
- 三、矩阵式的组织结构
- 四、复合式的组织结构

本章小结

思考题

实训课堂

第八章 广告公司人力资源管理

学习要点及目标

本章导读

引导案例

第一节 人力资源管理概论

- 一、人力资源管理的概念
- 二、人力资源管理的内容、功能及职责
- 三、人力资源管理的方法

第二节 激励理论

- 一、激励理论概述
- 二、激励理论的分类与介绍
- 三、激励理论实践应用的几种模式

第三节 激励机制

- 一、现代企业激励机制的内容和分类
- 二、专业人员激励计划
- 三、组织的整体激励计划
- 四、培养雇员的献身精神

第四节 广告公司的激励机制

- 一、广告公司激励机制的模式
- 二、激励机制在广告公司中的重要性
- 三、激励机制在广告公司中运用的缺憾
- 四、在广告公司中运用激励机制的建议

本章小结

思考题

实训课堂

第九章 广告法律法规

学习要点及目标

本章导读

引导案例

第一节 广告管理法规概论

- 一、广告管理法规体系
- 二、广告法规的特点
- 三、广告法规管理的职能
- 四、广告法规管理的内容

第二节 广告行业自律

- 一、广告行业自律的特点

<<广告公司工作流程与管理>>

二、广告行业自律的意义

三、我国广告行业自律

四、我国广告行业自律的内容与形式

五、我国广告相关的法律、法规

第三节 广告公司工作流程的法律问题

一、广告的内容不能违法

二、合同履行中的法律风险

三、避免广告纠纷

本章小结

思考题

实训课堂

附录 世界经典广告词欣赏

参考文献

章节摘录

版权页：插图：1.现金计划现金计划即每隔一定时间，把一定比例的利润作为利润分享额分给员工。例如美国俄亥俄州林肯电器公司创立的林肯激励体制，该体制内容为，每年都依据对雇员成绩的评估来分配年度总利润。

同时还制定了提案制度，工人可以在实施期间以节约的资金中获得奖励。

林肯计划是实施比较成功的利润分享计划。

现金计划是应用最多的整体激励方式。

2.延期利润分享计划在监督委托管理的情况下，企业按预定比例把一部分利润存入雇员账户。

这类方式使员工可以享受税收优惠，因为个人收入所得税的支付要延期到雇员退休后，从而降低了员工的纳税率。

（二）雇员持股计划公司把一部分股票（或可以购买同量股票的现金）交给信托委员会（它的作用就是为雇员购买一定数额的企业股票），其数额通常依据雇员年报酬总额的比例确定，但一般不超过15%，并把股票存入员工个人账户，直至其退休或不再工作时再发给他们。

有关研究表明该方式能够加强雇员的合作意识和对企业的义务感。

因为这种方式增加了提供物质刺激的机会，创造了新的合作精神，并有助于班组完成工作。

（三）收益分享计划鼓励多数或全体员工共同努力以达到公司生产率目标，从而能够分享成本削减带来的收益。

该种计划的实施可以分为八个步骤：确定计划的总体目标、定义具体的绩效测量标准、确定基金规模测量标准、决定采用何种方法在雇员内部分配收益额。

常用方法是平均分配，报酬的数量必须足以引起员工注意并对其行为有激励作用，专家建议报酬数量最好为工资额的4%~5%；确定报酬方式，通常为现金形式，偶尔也采用普通股票或延期现金形式；决定红利的发放周期，这取决于所采用的测量标准；建立员工的支持或参与体制。

这种体制一般包括决策参与、计划修订会议、建议制度、协调人员关系、解决问题小组、部门参与、培训方案、业务交流、内部审计和外部审计。

综上所述，成功而有效的组织整体激励计划，绝大多数都是将员工的经济收益尤其是中长期的利益与企业的经济收益以及长远的繁荣发展相挂钩，并且增加员工的参与感，从而达到激励员工努力工作与企业共盛衰的效果。

<<广告公司工作流程与管理>>

编辑推荐

《广告公司工作流程与管理》立足广告、艺术设计专业的发展现状。突出行业特色，体现最新的设计思想及设计技术。全面展示设计过程、设计要点及设计技巧。以丰富、多样的版块设置，展现创新教材体系，引领课程改革。

<<广告公司工作流程与管理>>

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:<http://www.tushu007.com>