

<<农业广告传播>>

图书基本信息

书名：<<农业广告传播>>

13位ISBN编号：9787810858328

10位ISBN编号：7810858327

出版时间：2006-10

出版时间：北京广播学院出版社

作者：王丹霞

页数：225

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>

<<农业广告传播>>

内容概要

本书是对我国农业广告传播首次较为系统的探索。

主要运用了广告学、传播学、营销学等学科的理论知识，较系统地梳理了我国农业广告传播的知识图景，描述了农业广告传播与农村社会的内在关联，从广告传播的角度对“三农”问题重新做了新的阐述，既有理论方面的阐述，也有业务层面的审视，可以用作农业广告传播、农业传播学、农业推广、农村经济管理等专业的教材，也可供从事农业科技推广、农业广告、农村市场开拓等从业人员作为参考用书。

<<农业广告传播>>

书籍目录

第一章 绪论 第一节 农业广告概念 第二节 农业广告的分类 第三节 农业广告的作用 第四节 农业广告的现状
第二章 农业广告环境 第一节 农业广告环境 第二节 经济环境因素和农业广告 第三节 社会文化环境因素和农业广告 第四节 技术环境因素和农业广告 第五节 广告的控制环境
第三章 农业广告主 第一节 农业广告主的界定、分类与特征 第二节 农业广告主的广告管理及管理组织 第三节 农业广告主与广告代理公司的关系
第四章 农业广告策划 第一节 广告策划概述 第二节 农业广告策划 第三节 农业广告策划个案
第五章 农业广告信息 第一节 农业广告信息的种类 第二节 农业广告主题的确 第三节 农业广告设计的要素 第四节 农业广告创意与表现
第六章 农业广告媒介 第一节 电视 第二节 广播 第三节 报纸 第四节 杂志 第五节 互联网 第六节 陈列媒介 第七节 户外媒介 第八节 农业广告媒介的选择 第九节 农业广告媒介的组合
第七章 农业广告受众 第一节 农业广告受众的概念及分类 第二节 农业广告受众的特征 第三节 农业广告与消费者行为
第八章 农业广告传播效果测评 第一节 概述 第二节 测评意义和标准 第三节 测评内容 第四节 测评方法
第九章 农业广告预算 第一节 农业广告预算的内容及意义 第二节 编制广告预算的方法 第三节 影响广告预算的因素
第十章 农业广告调查 第一节 农业广告调查的要求、作用和分类 第二节 定性研究方法 第三节 定量研究方法
参考文献
后记

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>