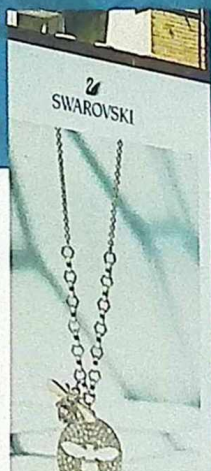


TS. PHẠM CHIẾN THẮNG

ĐẠI CƯƠNG QUẢNG CÁO HỌC



NHÀ XUẤT BẢN ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI

**ĐẠI CƯƠNG
QUẢNG CÁO HỌC**

TS. PHẠM CHIẾN THẮNG

ĐẠI CƯƠNG QUẢNG CÁO HỌC

NHÀ XUẤT BẢN ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI

MỤC LỤC

Chương 1. TỔNG QUAN VỀ QUẢNG CÁO

1.1. Lịch sử quảng cáo.....	9
1.1.1. Quảng cáo cổ đại.....	9
1.1.2. Quảng cáo cận đại.....	10
1.1.3. Quảng cáo hiện đại.....	14
1.2. Các khái niệm về quảng cáo.....	16
1.3. Các góc tiếp cận quảng cáo.....	21
1.3.1. Phân loại quảng cáo.....	21
1.3.2. Đặc trưng cơ bản của quảng cáo.....	26
1.3.3. So sánh quảng cáo với các ngành khoa học khác.....	28
1.4. Tổng quan về thị trường quảng cáo trên thế giới và quảng cáo tại Việt Nam..	32
1.4.1. Những thách thức của quảng cáo.....	32
1.4.2. Những xu hướng mới.....	34
1.4.3. Quảng cáo liên văn hóa.....	39
1.4.4. Quảng cáo tại Việt Nam.....	56
Câu hỏi ôn tập.....	60

Chương 2. TỔ CHỨC VÀ HOẠT ĐỘNG TRONG NGÀNH CÔNG NGHIỆP QUẢNG CÁO

2.1. Mô hình tổ chức và kinh doanh hoạt động quảng cáo.....	61
2.2. Nhà quảng cáo - Chủ thể quảng cáo.....	65
2.2.1. Các hình thức kinh doanh của chủ thể quảng cáo.....	66
2.2.2. Ảnh hưởng của thị trường và hình thức cạnh tranh tới mục tiêu quảng cáo..	67
2.2.3. Dự toán cho quảng cáo.....	69
2.3. Công ty quảng cáo.....	72
2.3.1. Lịch sử hình thành các công ty quảng cáo.....	72

2.3.2. Cơ cấu và chức năng trong một công ty quảng cáo.....	75
2.4. Công chúng của quảng cáo	77
2.4.1. Công chúng và cách thức truyền thông	77
2.4.2. Hạt nhân của tin tức quảng cáo - nhu cầu của người tiếp nhận	81
2.4.3. Đặc trưng của người tiếp nhận các phương tiện truyền thông khác nhau	86
Câu hỏi ôn tập	91

Chương 3. QUẢNG CÁO VÀ TRUYỀN THÔNG TIẾP THỊ TÍCH HỢP

3.1. Vai trò của quảng cáo trong hoạt động tiếp thị	93
3.2. Truyền thông tiếp thị tích hợp	95
3.3. Xác định phân khúc thị trường mục tiêu trong truyền thông tiếp thị tích hợp..	99
3.4. Nghiên cứu thị trường và nghiên cứu quảng cáo	101
3.4.1. Nghiên cứu thị trường.....	101
3.4.2. Điều tra và nghiên cứu tư liệu quảng cáo	106
3.4.3. Mục tiêu quảng cáo	112
3.5. Lên kế hoạch truyền thông tiếp thị và quảng cáo.....	119
3.6. Hiệu quả quảng cáo	129
Câu hỏi ôn tập	142

Chương 4. NGHỆ THUẬT SÁNG TẠO TRONG QUẢNG CÁO

4.1. Quảng cáo sáng tạo	143
4.1.1. Bản tài liệu định hướng sáng tạo	146
4.1.2. Quy tắc SMILE.....	148
4.2. Nghệ thuật sáng tạo.....	150
4.2.1. Hình thành một tài liệu định hướng sáng tạo.....	150
4.2.2. Các loại hình quảng cáo sáng tạo.....	155
Câu hỏi ôn tập	166

Chương 5. SẢN XUẤT THÔNG ĐIỆP QUẢNG CÁO

5.1. Quy trình sản xuất thông điệp quảng cáo	167
5.1.1. Bản thảo quảng cáo	168

5.1.2. Các yêu cầu cơ bản đối với bản thảo quảng cáo	170
5.2. Kỹ thuật viết nội dung quảng cáo	174
5.2.1. Tiêu đề	175
5.2.2. Chính văn	178
5.2.3. Biểu ngữ	180
5.3. Nguyên lý thiết kế quảng cáo	181
5.3.1. Ý tưởng thiết kế quảng cáo	182
5.3.2. Nguyên tắc và đặc trưng của thiết kế quảng cáo	185
5.3.3. Thiết kế nhãn hiệu để quảng cáo	194
5.3.4. Thiết kế bao bì để quảng cáo	201
Câu hỏi ôn tập	205

Chương 6. HOẠT ĐỘNG QUẢNG CÁO TRÊN TỪNG LOẠI HÌNH PHƯƠNG TIỆN

6.1. Lên kế hoạch và lựa chọn phương tiện quảng cáo	207
6.2. Hoạt động quảng cáo trên báo in	211
6.3. Hoạt động quảng cáo trên phát thanh	215
6.4. Hoạt động quảng cáo trên truyền hình	217
6.5. Hoạt động quảng cáo trực tuyến	220
6.6. Hoạt động quảng cáo trên các loại hình phương tiện khác	226
Câu hỏi ôn tập	231
TÀI LIỆU THAM KHẢO	233

