

● 教育部推荐教材 ● 21世纪高职高专系列规划教材



广告理论与实务

主 编 高金城

副主编 刘前红 袁 烽 元世娇

21SHIJI GAOZHI GAOZHUAN XILIE GUIHUA JIAOCAI

GUANGGAO LILUN
YU SHIWU



北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
北京师范大学出版社

教育部推荐教材

21世纪高职高专系列规划教材

广告理论与实务

主 编 高金城

副主编 刘前红 袁 烽 元世娇



北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
北京师范大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

广告理论与实务/高金城主编. —北京:北京师范大学出版社, 2009.7

(21世纪高职高专系列规划教材)

ISBN 978-7-303-09127-0

I. 广… II. 高… III. 广告学—高等学校: 技术学校—教材 IV. F731.80

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 095188 号

出版发行: 北京师范大学出版社 www.bnup.com.cn

北京新街口外大街 19 号

邮政编码: 100875

印 刷: 北京京师印务有限公司

经 销: 全国新华书店

开 本: 170 mm × 230 mm

印 张: 21.25

字 数: 352 千字

版 次: 2009 年 8 月第 1 版

印 次: 2009 年 8 月第 1 次印刷

定 价: 28.00 元

策划编辑: 姚贵平 责任编辑: 姚贵平

美术编辑: 李葆芬 装帧设计: 张 虹

责任校对: 李 茵 责任印制: 马鸿麟

版权所有 侵权必究

反盗版、侵权举报电话: 010-58800697

北京读者服务部电话: 010-58808104

外埠邮购电话: 010-58808083

本书如有印装质量问题, 请与印制管理部联系调换。

印制管理部电话: 010-58800825

出版说明

高等职业教育是新世纪我国高等教育大众化进程中的一个亮点，正由规模扩张转向内涵发展。高等职业教育内涵发展的核心是课程建设。只有有一套充分体现高等职业教育规律、符合高职学生学习特点以及与职业岗位或职业岗位群相匹配的课程体系，才能有效发挥高等职业教育的特长，为社会各行各业培养具备全面素质和良好综合职业能力的高层次、应用型人才。

北京师范大学出版社是教育部职业教育教材出版基地之一，有着二十余年的职业教育教材出版历史，积累了丰富的高等职业教育教材编辑出版经验。近年来，在教育部高等教育司、职业教育与成人教育司以及北京师范大学的支持下，北京师范大学出版社汇聚教育界、出版界的专家及高等职业院校的优秀教师组建了“全国职业教育教材改革与出版领导小组”，具体负责指导职业教育教材研发工作，以为高等职业教育的课程建设贡献一份力量。目前，我社按照“就业导向、能力本位、任务驱动”等职业教育新理念的要求，研发了高职高专文化基础课、专业主干课教材近二百个品种，其中近30种被列为国家级“十一五”普通高等教育规划教材。这些教材具有如下特点：

1. 紧密结合高等职业教育改革与发展的需求。这批教材依据教育部或相关行业协会颁布的课程标准或教学纲要，针对高等职业教育的培养目标，以就业导向、能力本位为指导，以综合职业能力培养为重点，以为学生职业生涯发展服务为目的，设计教材体系、选择教材内容，体现出先进性、科学性和时代性的特点。

2. 针对高职学生的学习特点精心设计教材的栏目。这批教材注重学生学习兴趣的激发，在表现形式上力求灵活多样、新颖精致，

既体现教材内容的特点，又与高职高专院校学生的学习习惯、认知能力和相应的职业岗位群的要求相适应。各书有选择地设计了以下栏目：

学习目标：简明扼要地指出各章的学习方向，引导学生有的放矢地学习。

案例分析：以实例创设学习情境，引导学生学习新知识，形成新技能。

提个醒：告诉学生在学习相关内容的过程中应注意的问题，以提高学习的效率和效益。

小思考：用有趣而有效的问题，启迪学生的思维。

小资料：提供相关材料或背景资料，拓展学生的视野。

小知识：生动而有趣的知识点，帮助学生吃透学习内容，增强学习兴趣。

本章小结：概括本章的主要内容，有助于学生从整体上把握知识结构和复习巩固所学内容。

思考与练习：精心设计各种类型的练习题，供学生复习、实践使用，以全面提升学生的综合能力。

3. 紧密结合行业发展动态。这批教材充分吸收了行业的新知识、新技术、新工艺、新规范，并注重根据行业的发展及时更新教材的内容，突出教材的职业性与实践性。

4. 形成了立体化、网络化的资源。我们在组织教材研发的过程中，配套研发了电子教案、课件或实验、实习指导材料等。

综合看，这些教材理念先进、内容丰富、形式新颖、语言通俗，注重理论知识的“必需、够用”，更强化以实践能力、创新能力为重点的综合职业能力的培养。

高职高专教材建设是一项复杂的、系统的工作。我们将在未来的日子里，与高等职业教育的改革同行，致力出版精品教材，服务并促进高等职业教育的发展。

全国职业教育教材改革与出版领导小组
北京师范大学出版社

参加教材编写的单位名单

(排名不分先后)

沈阳工程学院	温州大学
山东劳动职业技术学院	四川工商职业技术学院
济宁职业技术学院	常州轻工职业技术学院
辽宁省交通高等专科学校	河北工业职业技术学院
浙江机电职业技术学院	陕西纺织服装职业技术学院
杭州职业技术学院	唐山学院
西安科技大学电子信息学院	江西现代职业技术学院
西安科技大学通信学院	江西生物科技职业学院
西安科技大学机械学院	黄冈高级技工学校
天津渤海职业技术学院	深圳高级技工学校
天津渤海集团公司教育中心	徐州技师学院
连云港职业技术学院	天津理工大学中环信息学院
景德镇高等专科学校	天津机械职工技术学院
徐州工业职业技术学院	西安工程大学
广州科技贸易职业学院	青岛船舶学院
江西信息应用职业技术学院	河北中信联信息技术有限公司
浙江商业职业技术学院	张家港职教中心
内蒙古电子信息职业技术学院	太原理工大学轻纺学院
济源职业技术学院	浙江交通职业技术学院
河南科技学院	保定职业技术学院
苏州经贸职业技术学院	绵阳职业技术学院
苏州技师学院	北岳职业技术学院
苏州工业园区职业技术学院	天津职业大学
苏州江南赛特数控设备有限公司	石家庄信息工程职业学院
苏州机械技工学院	襄樊职业技术学院
浙江工商职业技术学院	九江职业技术学院

青岛远洋船员学院
无锡科技职业学院
广东白云职业技术学院
三峡大学职业技术学院
西安欧亚学院实验中心
天津机电职业技术学院
中华女子学院山东分院
漯河职业技术学院
济南市高级技工学校
沈阳职业技术学院
江西新余高等专科学校
赣南师范学院
江西交通职业技术学院
河北农业大学城建学院
华北电力大学
北京工业职业技术学院
湖北职业技术学院
河北化工医药职业技术学院
天津电子信息职业技术学院
广东松山职业技术学院
北京师范大学
山西大学工程学院
平顶山工学院
黄石理工学院
广东岭南职业技术学院
青岛港湾职业技术学院
郑州铁路职业技术学院
北京电子科技职业学院
北京农业职业技术学院
宁波职业技术学院
宁波工程学院
北京化工大学成教学院

天津交通职业技术学院
济南电子机械工程学院
山东职业技术学院
济南职业技术学院
山东省经济管理干部学院
鲁东大学
山东财政学院
山东省农业管理干部学院
浙江工贸职业技术学院
天津中德职业技术学院
天津现代职业技术学院
天津青年职业技术学院
无锡南洋学院
北京城市学院
北京经济技术职业学院
北京联合大学
北京信息职业技术学院
北京财贸职业学院
华北科技学院
青岛科技大学技术专修学院
山东大王职业学院
大红鹰职业技术学院
广东华立学院
广西工贸职业技术学院
贵州商业高等专科学校
桂林旅游职业技术学院
河北司法警官职业学院
黑龙江省教科院
湖北财经高等专科学校
华东师范大学职成教所
淮南职业技术学院
淮阴工学院

黄河水利职业技术学院
南京工业职业技术学院
南京铁道职业技术学院
黔南民族职业技术学院
青岛职业技术学院
陕西财经职业技术学院
陕西职业技术学院
深圳信息职业技术学院
深圳职业技术学院
石家庄职业技术学院
四川建筑职业技术学院
四川职业技术学院
太原旅游职业技术学院
泰山职业技术学院
温州职业技术学院
无锡商业职业技术学院
武汉商业服务学院
杨凌职业技术学院
浙江工贸职业技术学院
郑州旅游职业技术学院
淄博职业技术学院
云南机电职业技术学院
山东省贸易职工大学
聊城职业技术学院
山东司法警官职业学院
河南质量工程职业学院
山东科技大学职业技术学院
云南林业职业技术学院
云南国防工业职业技术学院
云南文化艺术职业学院
云南农业职业技术学院
云南能源职业技术学院

云南交通职业技术学院
云南司法警官职业学院
云南热带作物职业技术学院
西双版纳职业技术学院
玉溪农业职业技术学院
云南科技信息职业学院
昆明艺术职业学院
云南经济管理职业学院
云南爱因森软件职业学院
云南农业大学
云南师范大学
昆明大学
陕西安康师范学院
云南水利水电学校
昆明工业职业技术学院
云南财税学院
云南大学高职学院
山西综合职业技术学院
温州科技职业技术学院
昆明广播电视大学
天津职教中心
天津工程职业技术学院
天狮职业技术学院
天津师范大学
天津管理干部学院
天津滨海职业技术学院
天津铁道职业技术学院
天津音乐学院
天津石油职业技术学院
渤海石油职业技术学院
天津冶金职业技术学院
天津城市职业学院

常州机电职业技术学院

天津公安警官职业技术学院

武警昆明指挥学院

天津工业大学

天津开发区职业技术学院

黑龙江大兴安岭职业学院

黑龙江农业经济职业技术学院

黑龙江农业工程职业技术学院

黑龙江农业职业技术学院

黑龙江生物科技职业技术学院

黑龙江旅游职业技术学院

中国民航飞行学院

四川信息职业技术学院

四川航天职业技术学院

四川成都纺织高等专科学校

四川科技职业学院

四川乐山职业技术学院

四川泸州职业技术学院

四川成都农业科技职业技术学院

四川宜宾职业技术学院

江西省委党校

齐齐哈尔职业学院

深圳安泰信电子有限公司

潍坊教育学院

德州科技职业技术学院

天一学院

成都烹饪高等专科学校

四川教育学院汽车应用技术学院

河南质量工程职业技术学院

前言

在全球经济一体化的大背景下，在我国迎接知识经济挑战、发展社会主义市场经济的过程中，广告已成为企业开拓市场、赢得公众的第一法宝。在日常生活中，广告可以说是“无处不在”，它不仅是一种经济现象，同时也是一种社会文化现象，并且它已经发展成为一种特殊时代文明的标志。关于广告对人类所产生的巨大影响力，我们可以引用美国历史学家大卫·波特的一段话来做一个总结：现在广告的社会影响力，可以与具有悠久传统的教会和学校相匹敌！

本书采用项目式教学模式，以素质教育的理论为指导，以提高学生的广告实际操作能力为目标，结合广告公司实际广告活动的工作流程系统介绍了广告学的基本知识、广告策划与运作的主要业务流程、广告管理和国际广告运作的技术与方法，力求做到理论教学与技能训练相结合。

本书不仅可以作为高等职业院校市场营销专业学生学习广告知识的教材，而且也可作为经济管理类各专业的学生学习广告知识用书，同时还可作为企业营销人员、广告从业人员、企业管理人员学习广告知识的参考用书。

概括来说，本书有以下三个特点：

第一，创新性。本书采用项目式教学模式，以完成项目为重点，采用任务驱动教学法，真正融“教、学、做”为一体，强化学生广告职业能力的培养，在整个教学过程中系统地体现创新的教育思想。

第二，系统性。本书的内容和结构按照广告公司实际广告活动的工作流程来编排，既有对广告学基本理论知识的阐述，又有系统的广告策划与运作实践知识，同时还介绍了广告管理和国际广告运作的技术与方法。

第三，实战性。本书选用了大量的中外广告实例作为每个工作任务后的实例，在让读者欣赏广告大师杰作的同时向学生展示实际的广告业务操作过程，在每个项目后又通过综合实训的形式强化学生广告职业能力的培养。

本书由高金城(武汉商业服务学院)担任主编，刘前红(郑州大学升达经贸管理学院)、袁烽(随州职业技术学院)、元世娇(鹤壁职业技术学院)担任副主编。具体分工如下：元世娇编写项目1和项目6，刘前红编写项目2和项目8，宋元元(武汉商贸职业学院)编写项目3，袁烽编写项目4，高金城编写项目5、项目7和项目9，桂辉慧(随州职业技术学院)编写项目10，段咏梅(随州职业

技术学院)编写项目 11, 白月奇(随州职业技术学院)编写项目 12。本书由高金城总体策划、设计并承担了全书的修改定稿工作, 刘前红参与了项目 1、项目 3 和项目 4 的审稿工作。

本书在写作过程中, 借鉴了大量国内外学者的研究成果; 同时得到了北京师范大学出版社各级领导特别是姚贵平编辑的指点和大力帮助, 在此, 我们向有关专家学者、作者和出版者一并致以衷心的感谢!

由于编者水平有限, 书中不当和疏漏之处在所难免, 恳请学术同仁与广大读者批评指正。

编者

2009 年 6 月

目录

Contents

项目 1 广告与广告学基础知识	(1)
任务 1 广告的内涵及其构成要素	(1)
一、广告词源释义	(2)
二、广告的含义与特征	(3)
三、广告的构成要素	(4)
任务 2 广告的功能与类型	(7)
一、广告的功能	(7)
二、广告的类型	(9)
任务 3 广告学研究的内容和对象	(14)
一、广告学的诞生	(14)
二、广告学的概念	(15)
三、广告学研究的内容	(15)
四、广告学研究的对象	(16)
任务 4 广告代理制	(17)
一、广告代理制的产生	(17)
二、广告代理制的含义	(18)
三、广告代理制的内容	(18)
四、实行广告代理制的优越性	(19)
项目 2 广告心理	(22)
任务 1 正确认识广告传播	(22)
一、广告传播概述	(23)
二、广告传播过程的模型	(23)
三、广告传播的原理	(24)
四、整合营销传播	(25)
任务 2 广告与感觉、知觉	(26)
一、广告与感觉	(27)
二、广告与知觉	(28)
任务 3 广告与注意	(31)
一、注意的特点	(31)
二、注意的类型	(31)
三、刺激因素与注意的关系及广告策略	(32)
任务 4 广告与记忆、联想	(36)
一、广告与记忆	(36)
二、广告与联想	(40)
任务 5 广告与态度	(43)
一、态度	(43)
二、态度与广告策略	(45)
项目 3 广告调研	(49)
任务 1 广告调研的含义、意义与原则	(49)

一、广告调研的含义剖析 (50)	三、产品认知与广告定位 (80)
二、广告调研的意义 (50)	四、广告创意表现 (80)
三、广告调研的原则 (51)	五、广告战略的制订 (80)
任务2 广告调研的内容 ... (53)	六、广告媒介选择和规划 (81)
一、广告市场调研 (53)	七、广告实施计划 (81)
二、企业形象调研 (56)	八、广告效果评估与监控 (81)
三、广告媒体调研 (56)	九、整合营销传播 (82)
四、广告效果调研 (57)	任务3 广告策划的程序 ... (86)
任务3 广告调研的方法 ... (58)	一、前期准备阶段 (86)
一、文献调研法 (59)	二、市场分析研究阶段 (87)
二、问卷调查法 (60)	三、战略规划阶段 (87)
三、观察法 (61)	四、制订计划阶段 (87)
四、实验法 (63)	五、形成文本阶段 (87)
五、抽样法 (63)	六、实施和评估阶段 (87)
任务4 广告调研的程序 ... (65)	任务4 广告策划书的编制 (89)
一、确定广告调研的问题 及目标 (66)	一、广告策划书的类别 (89)
二、制订广告调研的计划 (67)	二、广告策划书的编制 原则 (90)
三、实施调研计划、收集 资料 (67)	三、广告策划书的内容 (91)
四、整理与分析资料 (68)	四、《广告策划书》的评估 论证与提交 (99)
五、撰写调研报告 (69)	项目5 广告创意 (103)
项目4 广告策划 (74)	任务1 广告创意的内涵 (103)
任务1 广告策划的概念、 特点及作用 (74)	一、创意与广告创意 ... (104)
一、对广告策划概念的理解 (75)	二、广告创意的特征 ... (104)
二、广告策划的特点 (76)	三、广告创意的原则 ... (105)
三、广告策划的作用 (76)	
任务2 广告策划的内容 ... (79)	
一、市场分析 (79)	
二、市场认知与细分 (80)	

四、广告创意的过程	… (108)
任务 2 广告创意的基本理论	
…	(111)
一、USP 理论	… (111)
二、BI 理论	… (112)
三、BC 理论	… (113)
四、定位理论	… (114)
五、CI 理论	… (114)
六、ROI 理论	… (115)
任务 3 广告创意的思维方法	
…	(116)
一、创造性思维的类型	… (117)
二、创造性思维的特点	… (120)
三、创造素质的开发与培养	… (121)
任务 4 广告创意的技法和策略	
…	(123)
一、广告创意技法	… (123)
二、广告创意策略	… (125)
项目 6 广告媒体	… (131)
任务 1 广告媒体的含义与功能	… (131)
一、广告媒体的产生与发展	… (132)
二、广告媒体的含义	… (132)
三、广告媒体的功能	… (132)
任务 2 主要广告媒体的分析	… (134)
一、电子传播媒体	… (135)
二、印刷传播媒体	… (138)
三、户外传播媒体	… (140)
四、实物传播媒体	… (140)

五、人际传播媒体	… (142)
任务 3 广告媒体的选择	
…	(145)
一、影响广告媒体选择的因素	… (146)
二、广告媒体选择的标准	… (148)
三、广告媒体选择的原则	… (149)
四、广告媒体选择的过程	… (152)
项目 7 广告文案的创作	… (160)
任务 1 广告文案的构成要素与创作要求	… (160)
一、广告文案的含义剖析	… (161)
二、广告文案的构成	… (161)
三、广告文案的基本特征	… (161)
四、广告文案的创作要求	… (163)
任务 2 广告标题的创作	… (166)
一、广告标题的功能	… (166)
二、广告标题的类型	… (167)
三、广告标题创作的要求	… (169)
四、广告标题的创作技巧	… (170)
任务 3 广告正文的创作	… (174)
一、广告正文的作用	… (175)
二、广告正文的结构	… (175)
三、广告正文的类型	… (177)

- 四、广告正文的创作技巧
..... (179)
- 任务4 广告标语的创作
..... (183)
- 一、广告标语的功能 ... (183)
- 二、广告标语的特点 ... (185)
- 三、广告标语的内容 ... (186)
- 四、广告标语的创作技巧
..... (187)
- 项目8 广告设计和制作 (195)
- 任务1 广告作品设计的一般
流程 (195)
- 一、广告作品设计的基本原则
..... (196)
- 二、广告作品设计的一般
流程 (196)
- 任务2 平面广告作品设计和
制作的基本技巧
..... (198)
- 一、平面广告的构成要素
..... (198)
- 二、广告图画的设计 ... (199)
- 三、广告字体的设计 ... (199)
- 四、广告色彩的设计 ... (200)
- 五、广告版式的设计 ... (201)
- 六、平面广告的制作 ... (202)
- 七、印刷广告制作技巧
..... (203)
- 任务3 电子广告作品设计和
制作的基本技巧
..... (209)
- 一、广播广告作品设计和
制作的基本技巧 ... (209)
- 二、电视广告作品设计和
制作的基本技巧 ... (213)
- 三、网络广告作品设计和
制作的基本技巧 ... (215)
- 项目9 广告预算 (220)
- 任务1 广告预算的内容
..... (220)
- 一、广告预算与广告计划的
关系 (220)
- 二、广告预算的作用 ... (221)
- 三、广告预算的内容 ... (222)
- 任务2 广告预算的编制方法
..... (224)
- 一、广告预算的编制方法
..... (224)
- 二、影响广告预算的因素
..... (229)
- 任务3 广告预算的分配
..... (232)
- 一、广告预算分配的方法
..... (232)
- 二、广告预算分配时应
注意的问题 (235)
- 项目10 广告效果测评 (243)
- 任务1 广告效果与广告效果
测评 (243)
- 一、广告效果的特性 ... (244)
- 二、广告效果测评的原则
..... (245)
- 三、广告效果测评的意义
..... (247)
- 任务2 广告效果测评的内容
与程序 (248)
- 一、广告效果测评提出的
背景 (249)
- 二、广告效果测评的指标
..... (254)

三、广告效果测评的程序	(255)
任务3 广告效果的测评方法	(258)
一、广告经济效果的测定	(258)
二、广告心理效果的测定	(263)
三、广告社会效果的测定	(267)
项目11 广告监管与行业自律	(277)
任务1 广告监督管理	(277)
一、工商行政管理部门的 监督管理	(278)
二、消费者组织和个人的 监督管理	(279)
三、新闻舆论的监督管理	(280)
任务2 广告行业自律	(281)
一、广告行业的自律规则	(281)
二、国外广告行业的自律 管理	(283)
任务3 广告行业法规	(285)
一、广告管理法规的结构	(286)

二、广告主的法规管理	(288)
三、对广告活动的法规管理	(290)
四、对广告违法行为的 法规管理	(293)
项目12 国际广告	(300)
任务1 国际广告发展的现状 与趋势	(300)
一、国际广告的作用	(301)
二、国际广告的特点	(301)
三、国际广告发展的现状	(303)
四、国际广告发展的趋势	(305)
任务2 国际广告的基本策略	(308)
一、国际广告的调研策略	(308)
二、国际广告的形式策略	(311)
三、国际广告的内容策略	(314)
四、国际广告的媒体策略	(315)
参考文献	(323)

项目1 广告与广告学基础知识

项目介绍

作为一种经济与文化现象，广告已有几千年的历史；但作为一门学科，《广告学》从诞生到现在却只有百余年的历史。正确理解广告的基本含义，准确把握《广告学》发展的历史脉搏，是我们步入广告科学殿堂的基础。通过本项目的教学，首先要使学生对广告有一个比较全面的认识。要求学生掌握广告的内涵及其构成要素；熟悉广告的性质与功能；了解广告的不同类型以及划分方法；了解《广告学》研究的内容和对象；掌握广告代理制的含义及内容。

任务1 广告的内涵及其构成要素

任务描述

小雯、宁静、邵强、晓刚是中源广告有限公司今年新招聘的员工，在大学他们分别学习的是中文、营销策划、美术设计和广告专业，小雯和邵强被分到了策划部，宁静被分到了媒介部，晓刚则被分到了业务部。广告对于宁静和晓刚来说，他们并不陌生；但对于小雯和邵强来说，虽然在日常生活中看到过很多的广告，但广告到底是什么，广告又包含哪些基本的构成要素，他们却知之甚少，为了尽快适应以后的广告工作，他们需要从头学起。本任务我们将学习广告的内涵及其构成要素。

概念点击

广告是广告主借助各种传播媒介和形式，向特定对象传递商品、服务、形象和观念信息，以有效影响公众行为和观念的营销传播活动。