



FILTER 1

FILTER 2

SOURCE

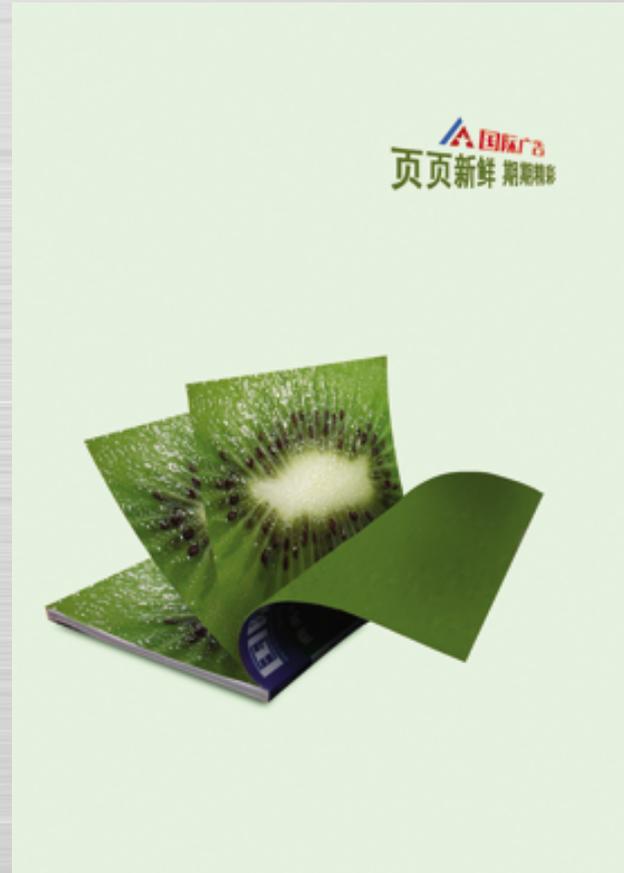
相关知识点



- (1) ?国际广告?杂志社选题背景资料
- 企业名称：?国际广告?杂志社。
- 广告主题：?国际广告?杂志的品牌宣传推广。
- 广告目的：提高?国际广告?杂志的品牌知名度、认知度，在目标读者群中建立“环球市场、专业务实、资讯及时”的良好口碑，并建立以杂志为平台“推进广告公司、企业和媒介三方沟通”的品牌形象，以期形成在同类期刊中“与众不同”的领导定位。
- 广告创意要点：以“推进广告公司、企业和媒介三方沟通”为主题，进行广告创意设计，使消费者能够在“广告专业杂志”、“?国际广告?”、“环球市场、专业务实、资讯及时”之间建立强有力的品牌联想。



?国际广告?杂志广告欣赏



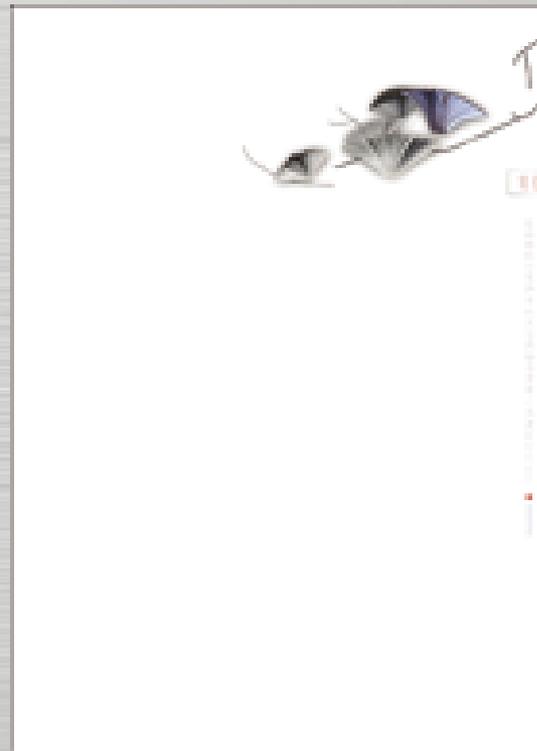
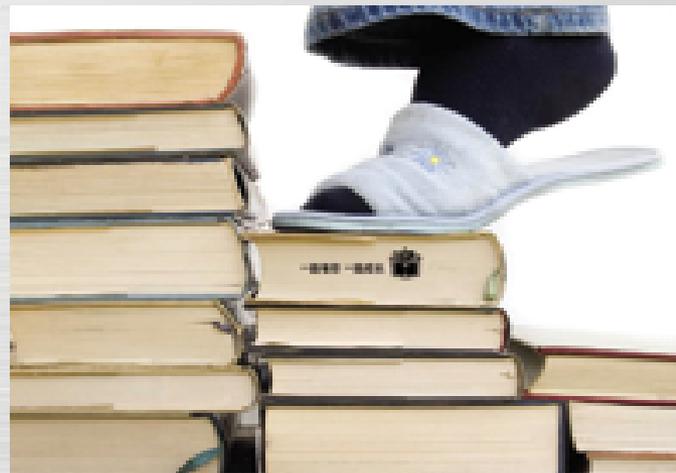
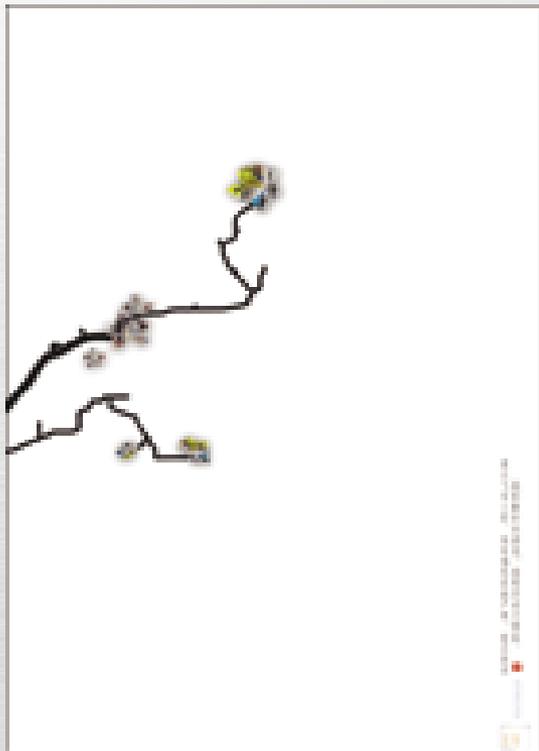
?国际广告?杂志广告欣赏



〔2〕 高等教育出版社选题背景资料

- 企业名称：高等教育出版社。
- 出版社理念：学习、创新、继承、超越。
- 学习：一是指员工要树立终身学习的意识，学习业务，学习做事，学习做人，做学习型人才，不断提高综合素质，增强业务能力；二是指企业既要成为学习型组织，以满足员工的学习要求；又要向优秀先进的同行学习，向国际水平看齐。
- 创新：创新是企业开展的灵魂，高教社要不断通过创新来获得新的生机，以适应时代的变化开展。创新包括制度创新、管理创新、产品创新、效劳创新、市场创新、业务创新、组织创新、机制创新等。
- 继承：注重企业开展的历史延续、业绩积累和精神传承，充分挖掘、珍惜和保持已经取得的卓越成就和成功经验，强根固本，在合理继承的根底上，立足现实，迎接未来。
- 超越：要树立危机意识和忧患意识，不满足已有的成绩，不停滞不前，而要不断进步，超越自己，争取始终站在时代的前沿，做行业的先锋，永葆蓬勃向上的勃勃生机。
- 出版社文化：高教社企业文化可以称之为水文化，即以水为企业文化之魂。
- 持水之性，利万物而不相争；
- 承水之亲，和为贵且相砥砺；
- 行水之柔，兼容并蓄，以柔克刚；
- 秉水之强，一往无前，奔腾入海。
- 广告目的：根据高教社企业文化和经营理念设计系列形象广告，增强高教社品牌的知名度和美誉度。
- 目标群体：高等院校师生或具有相当学历的社会学习群体
- 既往广告语：努力着！为更多国民接受更好的高等教育，传承知识力量，成就无限梦想，分享学习的快乐。

高等教育出版社广告欣赏



(3) 广州市友基计算机科技选题背景资料

友基计算机科技广告欣赏





诺基亚广告欣赏



2. 时报金犊奖

(1) 好帝一食品股份 选题背景资料



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/036110200105011001>