

“广告学（二）”第十一章知识点 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/153/2021_2022__E2_80_9C_E5_B9_BF_E5_91_8A_E5_c67_153528.htm 十一章 广告组织

P294 一.广告公司的类型 (识记) P294 广告公司按其经营范围与服务功能划分,一般可分为广告代理公司,广告制作公司和媒介购买公司三类. 二.广告公司的机构设置与职能划分. (领会) P298 不同类型的广告公司,有不同的组织形式,有不同的机构设置,同类型的广告公司,也有不同的机构组织类型. 综合型广告代理公司,通常有两大组织类型:一是以功能为基础的部门组织类型,一是以个别客户服务为基础的小组制组织类型.前者的机构设置可多可少,大致说来通常由客户部,创作部,媒介部,调研部,行政部等几大职能部门组成..... 三.企业的广告管理组织的类型 (领会) P303 从目前国内企业的广告管理状况来看,其广告管理组织大致可划分为三种类型,有学者将其归纳为公关宣传型,销售配合型,营销管理制. 1.宣传型的广告管理模式与组织类型: 是将企业广告纳于行政管理系统,归属于企业的行政管理部门.主要是履行企业广告宣传,新闻宣传,公关宣传等方面的职能. 2.销售配合型广告管理模式与组织类型: 是目前国内外企业采用得最普遍的一种广告管理模式,它从属于企业的销售部门而非行政部门.功能定位于销售配合.在具体运作中,有两种管理组织类型:一种是以市场为基础的管理组织类型,一种是以产品为基础的管理组织类型. 3.营销管理型广告管理模式与组织类型: 它提升为企业中与生产,销售,人事,财务等几大职能部门并列的独立机构与组织. 企业运作基本程序-----决策,计划与具体执行三个阶段. 四.广告部门的职能 (识记) 有自我执

行和委托代理执行 1.在企业的广告运作采取自我执行的情况下,企业广告部门将担负起企业广告运作的一切工作与职责. 2.在委托代理执行的情况下,企业部门的主要工作职责为:a选择理想的广告代理公司.b.积极协同广告代理公司一道工作c.监督广告计划的代理执行.d.按照预定的检测方案,与广告代理一起,完成广告运动事后的效果检测和评定. 五.媒介的广告职能 (领会) P307 媒介最初的广告经营,是集承揽,发布多种职能于一身,随着现代广告业的独立发展,广告经营机制的确立,媒介的广告经营,经历过职能与角色的转换过程,即由集承揽,发布多种职能于一身,而转向专司布之职,最先实现和完成这一转,是美国,美国现代广告业,实现着完全的广告代理制.我国大陆,还处于逐步推行阶段. 六.媒介的广告机构. (领会) P312 媒介的广告机构是依据媒介在广告经营中所实现的具体职能来设置的. 在实行完全代理制的国家和地区其媒介在广告经营中一般只承担广告发布的职能,媒介广告经营的业务范围,只限于通过广告公司的代理,发布广告.这类媒介的广告部门,规模可大可小,机构设置较简单. 在没有推行广告代理制,或没有实行完全广告代理制的国家和地区,其媒介不仅司广告发布之职,而且兼广告承揽和代理之职,这样,其媒介广告部门的机构设置就较复杂了. 七.广告行业组织的职能 (领会) P314 八.中国广告行业协会组织 (领会) P315 九.主要国际广告团体 (领会) P316 国际广告协会:简称IAA,是目前最大和最有权权威性的国际广告组织. 亚洲广告协会:是亚洲地区广告代理业,广告业,媒介单位联合组成的洲际广告行业组织. 世界广告行销公司:简称WAN,由世界各地著名的广告公司组成,总部设在伦敦. 100Test 下载频道开通, 各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com