Marketing & Promotion Series : Kleppner's Advertising Procedure/Tata Cara Periklanan Kleppner, Buku Kedua

Tata cara periklanan Kleppner dirancang untuk mencerminkan dunia periklanan dan pemasaran modern yang sedang berubah. Para pengarang buku ini berusaha mengurangi kompleksitas (kerumitan) periklanan menjadiunit-unit yang terorganisir.

Buki ini menawarkan suatu tinjauan yang luas mengenai sejarah, tujuan, dan peranan periklanan dalam ekonomi kita yang bersegi banyak (multifaced). Uraiannya terbagi ke dalam 6 bagian.

Bagian I Merupakan suatu tinjauan ulang tentang latar belakang periklanan

Bagian II Mmeperkenalkan fungsi-fungsi perencanaan dan riset yang penting untuk keberhasilan periklanan.

Bagian III Mendiskusikan periklanan sebagai sebuah usaha.

Bagian IV Mendiskusikan teknik-teknik dan pelaksanaan periklanan

Bagian V Membahas pesan iklan yaitu kombinasi kata-kata, gambar, dan lingkungan psikologis yang akan mendorong seorang konsumen untuk membeli sebuah prosuk atau merek, atau mengadakan pembelian sekarang tidak besok.

Bagian VI Menyajikan beberapa topik periklanan secara khusus.