

## SUMMARY

# STRATEGI BUSINESS DEVELOPMENT MAIN AD ADVERTISING DALAM MEMENANGKAN KONSEP PERIKLANAN BRAND X

Created by Meka Aditya Hermawan

**Subject** : PERIKLANAN

**Subject Alt** : STRATEGI

**Keyword** : Strategi, Business Development, Konsep, Periklanan

### **Description :**

Karya tulis ini dimaksudkan sebagai laporan atas Kuliah Kerja Praktik yang penulis lakukan di Dwi Sapta Grup dari tanggal 6 Oktober 2008 hingga 6 Januari 2009, yakni menyangkut Strategi Business Development dalam Memenangkan Konsep Periklanan.

Laporan ini Menyangkut apa yang penulis lakukan selama melakukan praktik kerja, yakni dari mulai mencari data untuk merancang strategi sampai terbuatnya strategi suatu konsep periklanan. Perencanaan strategi suatu konsep periklanan ini dibuat untuk menghadapi pitching untuk produk dengan merek Brand X.

Berdasarkan apa yang penulis lakukan selama praktik kerja, disimpulkan bahwa dalam merencanakan strategi suatu konsep periklanan harus memiliki wawasan serta pengetahuan yang luas. Oleh karena itu, penulis menyarankan agar mendapatkan suatu konsep periklanan yang baik, maka sangat diperlukan sumber daya yang memiliki wawasan serta pengetahuan yang luas khususnya pada bidang yang terkait.

**Date Create** : 13/01/2015

**Type** : Text

**Format** : pdf

**Language** : Indonesian

**Identifier** : UEU-NonDegree-PKL200551023\_MAH

**Collection** : PKL200551023\_MAH

**Source** : LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN,2009

**Relation Collection** FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

**COverage** : Civitas Akademika Universitas Esa Unggul

**Right** : COPYRIGHT@2009

### **Full file - Member Only**

If You want to view FullText...Please Register as MEMBER

**Contact Person :**

Astrid Chrisafi (mutiaraadinda@yahoo.com)

Thank You,

Astrid ( astrid.chrisafi@esaunggul.ac.id )

Supervisor