

<<网络广告学>>

图书基本信息

书名：<<网络广告学>>

13位ISBN编号：9785053718003

10位ISBN编号：5053718008

出版时间：2003-02-01

出版时间：电子工业出版社

作者：杨坚

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<网络广告学>>

内容概要

本书是一本全面论述网络广告的电子商务方向教材。

作者针对当前网络广告蓬勃发展的现状，从广告、营销和网络技术三个角度，对网络广告的理论 and 实践问题进行了深入的探讨。

主要内容包括网络广告的崛起、一般原理、策划、设计、制作工具、方法、发布、交换、效果评估、管理等十章内容。

本书观点新颖，材料翔实，在阐述网络广告理论体系的同时，对实际应用和操作技巧给予读者具体的指

书籍目录

第1章 网络广告的崛起8 1.1 因特网——网络广告新媒体8 1.2 网络广告的崛起8 1.3 网络广告的发展趋势
第2章 网络广告的一般原理8 2.1 网络广告的概念8 2.2 网络广告的分类8 2.3 网络广告与传统广告8 2.4&

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>