

<<广告大理论>>

图书基本信息

书名：<<广告大理论>>

13位ISBN编号：9787220024894

10位ISBN编号：7220024894

出版时间：1994.5

出版时间：四川人民出版社

作者：吴建

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>

## <<广告大理论>>

### 内容概要

《广告大理论》专著，四川人民出版社，1994年5月版；获四川省第七届哲学社会科学优秀科研成果三等奖。

## <<广告大理论>>

### 作者简介

吴建，男，汉族，四川大学文学与新闻学院副院长、新闻传播学教授、新闻学新闻业务方向与传播学广告研究硕士导师、四川省学术技术带头人后备人选、国务院政府特殊津贴专家。

<<广告大理论>>

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>