

<<广告学原理>>

图书基本信息

书名：<<广告学原理>>

13位ISBN编号：9787309037890

10位ISBN编号：7309037898

出版时间：2003-10-1

出版时间：复旦大学出版社

作者：陈培爱

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>

<<广告学原理>>

内容概要

广告学原理，ISBN：9787309037890，作者：陈培爱编著

<<广告学原理>>

书籍目录

第一章 广告概说

第一节 广告的定义

一 广告定义的历史回顾

二 广告的特性与定义

.....

第二章 广告基础理论

第一节 广告与传播学原理

一 传播的构成与分类

二 广告信息的传播

.....

第三章 广告调查与策略

.....

第四章 广告信息

.....

第五章 广告媒介

.....

第六章 广告受众

.....

第七章 广告效果测定

.....

第八章 广告预算

.....

第九章 广告公司

.....

第十章 国际广告

.....

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>