第一图书网, tushu007.com

<<现代广告学>>

图书基本信息

书名: <<现代广告学>>

13位ISBN编号: 9787309043006

10位ISBN编号:7309043006

出版时间:2005-1

出版时间:复旦大学出版社

作者:何修猛编

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

第一图书网, tushu007.com

<<现代广告学>>

内容概要

现代广告是市场经济的先导产业,是新经济的先锋产业,在经济全球化、市场经济和新经济建设中具有重要的拉动作用。

本书运用广告品牌理论、策划理论、传播理论和创新理论,从三个层面系统地阐述了现代广告的基本规律和运作技巧:从认识论层面剖析了广告的价值观及其现代化发展趋势;从运作技巧层面探讨了现代广告的创意艺术、策划艺术、广告文案的创作艺术、广告作品的设计艺术;从谋略策划层面分析了现代广告的心理策略、宣传策略、促销策略、文化策略和管理策略。

全书力图做到理论上的探索性、知识上的清晰性、操作上的写实性、技巧上的启示性相统一,既为读者提供完整的广告理论视角,又为读者提供可以借鉴的广告工作技能,具有实用性强、观点新颖、内容翔实、结构清晰、适用面广的特点,是高等院校相关院系、成人继续教育系统广告、公共关系、市场营销、宾馆酒店类专业的广告课程核心教材,同时也可供企业经营管理人员、广告从业人员阅读、参考。

第一图书网, tushu007.com

<<现代广告学>>

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