

<<现代广告理论与实务>>

图书基本信息

书名：<<现代广告理论与实务>>

13位ISBN编号：9787503847394

10位ISBN编号：7503847395

出版时间：2007-2

出版时间：中国林业

作者：田明华主编

页数：289

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>

<<现代广告理论与实务>>

内容概要

《北京林业大学重点建设教材：现代广告理论与实务（第2版）》在继承和发扬已有的广告学理论的基础上，大量吸收新的研究成果，并密切结合广告实践，以现代广告活动为主线，立足工商企业，立足现代市场经济，旨在为企业领导、企业市场营销人员、广告人员和可能在将来涉足企业广告活动的非广告专业的经济管理类在校学生提供广告理论和实务指南，使之真正驾驭广告这一促销手段，为企业整体市场营销服务。

<<现代广告理论与实务>>

书籍目录

第一篇 基础篇第一章 广告和广告学第二章 广告的起源与发展第三章 广告心理学与广告传播理论第四章 现代广告概述第二篇 运作篇第五章 广告策划第六章 广告调查第七章 广告创意原理与方法第八章 广告主题与广告定位第九章 广告表现策略第十章 广告文案创作第十一章 广告设计与制作第十二章 广告媒体策略第十三章 广告效果测评第三篇 管理篇第十四章 广告组织第十五章 广告管理第十六章 国际广告附录 中华人民共和国广告法参考文献

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>