

<<现代广告学教程>>

图书基本信息

书名：<<现代广告学教程>>

13位ISBN编号：9787563911103

10位ISBN编号：7563911103

出版时间：2002-1

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>

<<现代广告学教程>>

内容概要

本书是《市场营销系列教材》之一。

全书从实践角度，在对现代广告学的基本概念、基本理论及现代广告的发展趋势作了论述之后，侧重实践应用性的阐述，其中包括现代广告概说、现代广告传播与企业营销、现代广告发展趋势与特征、广告策划与运作模式、广告调查、现代广告传播中的产品策略、现代广告传播中的诉求策略、广告表现策略、广告的心理策略、现代广告传播的媒介策略、广告效果测评、广告管理。

后附《中华人民共和国广告法》。

本书可作为普通高等院校经济管理类专业教材，亦可供广告业的各类专业人员学习参考。

<<现代广告学教程>>

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>