

<<广告学>>

图书基本信息

书名：<<广告学>>

13位ISBN编号：9787307036024

10位ISBN编号：7307036029

出版时间：2002-6-1

出版时间：武汉大学出版社

作者：丁俊杰

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>

书籍目录

第一部分

课程概述

一、学科性质

二、学科特点

三、学科地位与作用

四、基本框架

五、学习中应注意的主要问题

六、学习时间安排建议

第二部分 章节辅导

第一章 广告概述

一、概述

二、重要知识点

三、难点分析

第二章 广告的起源与发展

一、概述

二、重要知识

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>