

<<现代广告学>>

图书基本信息

书名：<<现代广告学>>

13位ISBN编号：9787309027181

10位ISBN编号：7309027183

出版时间：2001-08

出版时间：复旦大学出版社

作者：何修猛

页数：539

字数：456000

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>>

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效用。

本书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：从知识层面剖析了现代广告的价值观、市场观、CI观、品牌观和创新观，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、体系新颖、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、企业经营与管理、宾馆酒店、商务策划类专业的广告课程核心教材。

<<现代广告学>>

书籍目录

第一章 现代广告的价值观第二章 现代广告的市场观第三章 现代广告的CI观第四章 现代广告的品牌观
第五章 现代广告的创新观第六章 现代广告的创意艺术第七章 现代广告的策划艺术第八章 现代广告文案
创作艺术第九章 现代广告作品的设计艺术第十章 现代广告的心理策略第十一章 现代广告的宣传策略第
十二章 现代广告的促销策略第十三章 现代广告的文化策略第十四章 现代广告的管理策略附录《中华人
民共和国广告法》

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>