

<<广告学概论>>

图书基本信息

书名：<<广告学概论>>

13位ISBN编号：9787532535620

10位ISBN编号：7532535622

出版时间：2003-10

出版时间：上海古籍出版社

作者：星亮

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>

<<广告学概论>>

内容概要

本书从整体层面阐述广告的基本概念和理论，对广告活动的基本要素进行专门研究，并研究广告调研、广告策划等广告活动的基本内容。

<<广告学概论>>

书籍目录

编者的话绪论 广告学的研究对象和研究方法第一章，广告概说第二章，广告主体第三章，广告受众第四章，广告作品第五章，广告媒介第六章，广告调研第七章，广告策划第八章，广告创作第九章，广告发布、监测与效果评估第十章，广告的社会控制主要参考书目后记等等

<<广告学概论>>

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>