

<<广告学>>

图书基本信息

书名：<<广告学>>

13位ISBN编号：9787565005930

10位ISBN编号：7565005932

出版时间：2011-9

出版时间：合肥工业大学出版社

作者：张律 等著

页数：342

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>

内容概要

本书共十二章，可大致分为原理、实务与趋势三个部分。

原理部分主要集中于第1、2、3章，希望读者能够从广告的基本概念入手，通过其发展脉络的梳理，初步了解其含义。

实务部分主要集中于第4、5、6、7、8章，分别从策划、创意、设计、制作、传播、反馈等现代广告活动的基本流程入手，剖析其主要内容。

趋势部分主要集中于第9、10、11、12章，初步引入当代中国广告研究中的一些热点，希望读者在了解广告经营管理的同时。

关注中国广告业的未来。

<<广告学>>

书籍目录

- 第一章 广告之名
- 第二章 广告的历史
- 第三章 广告理论不断创新
- 第四章 广告调查
- 第五章 广告策划与创意
- 第六章 广告设计与制作
- 第七章 广告媒介与发布沟通
- 第八章 广告预算与广告效果测评
- 第九章 广告产业及文化产业
- 第十章 农村文化产业与广告业
- 第十一章 绿色广告
- 第十二章 广告管理
- 参考书目

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>