

广告学原理和实务



[广告学原理和实务_下载链接1](#)

著者:[英] 韦尔斯

出版者:中国人民大学出版社

出版时间:2005-2

装帧:

isbn:9787300059976

本书是介绍广告学原理和实务的读本，它旨在帮助学生更好地掌握广告学原理，提高广告实务技能。

本书在阐述如何改进并实现当前广告代理实践等理论的同时，也寻求清晰准确地阐述广告的原理。为此，本书与前几版相比，在原理方面增加了扩展互动广告的篇幅；讲述了广告的文案撰写，设计和制作；讨论了经济低迷与全球性事件对广告的影响，有助于学生更好地学习广告原理与技能。在实务方面，本书提供了最新的案例，讨论了有效的策略和如何占领儿童市场以及如何为网页设计出色的广告宣传。“业内故事”部分讲述了广告实践面临的挑战；“实用技巧”部分向学生提供了在其学习课程或实习期间都很实用的建议；每章的“建议课程项目”与新的“建议互联网课程项目”使学生学会作为广告人应如何开展团队工作以及如何把互联网作为研究和创造工具来使用；在每章章末，通过分析实际的广告案例，学生可以有机会成为广告的决策者。

本书实用性强，是一本不可多得的广告学教材：适用于广告类和经管类本科生。

作者介绍:

目录:

[广告学原理和实务_下载链接1](#)

标签

广告

双语

评论

[广告学原理和实务_下载链接1](#)

书评

[广告学原理和实务_下载链接1](#)