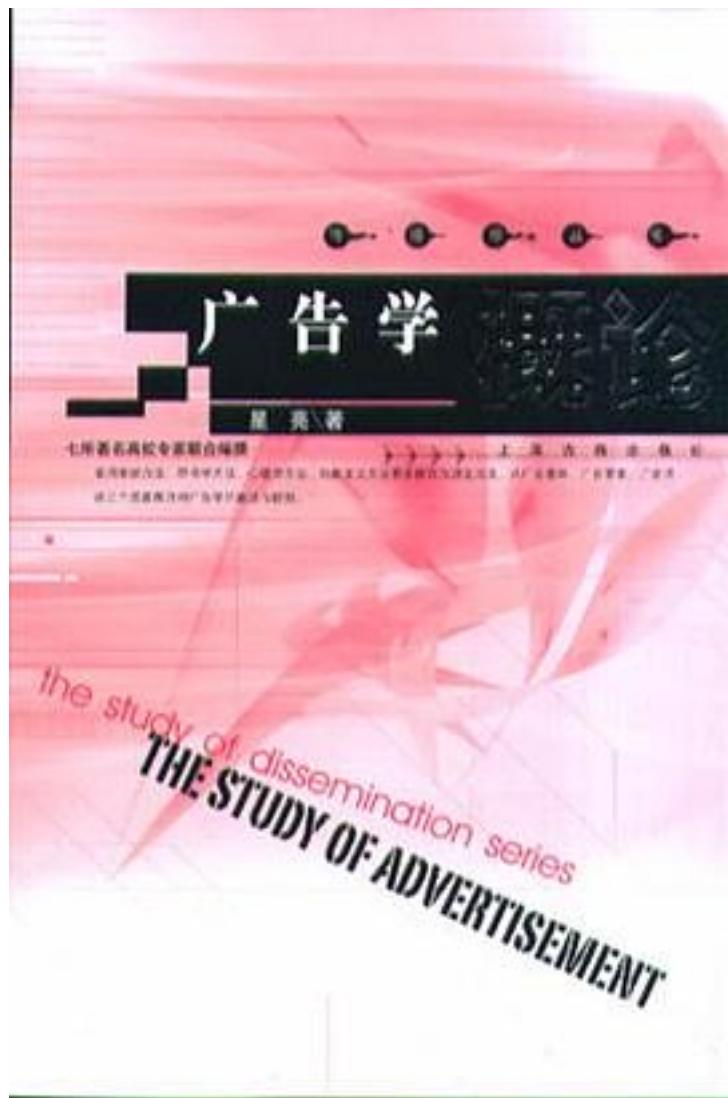


广告学概论



[广告学概论 下载链接1](#)

著者:董景寰

出版者:

出版时间:1998-12

装帧:简裝本

isbn:9787112036905

《广告学概论》密切联系当代国内外的广告实践，对广告学的基本理论，方法和广告活动的整体运作过程进行了全面，系统的探讨。全书体系完整，结构合理，论述清楚，资料丰富，特别是书中引用了大量的最新广告实例。

作者介绍：

目录: 第一章 导论；第二章 广告调查；第三章 广告策划；第四章 广告目标、计划和预算；第五章 广告定位；第六章 广告媒体策略；第七章 广告创意与设计；第八章 广告文案的写作；第九章 广告美学；第十章 广告效果测定；第十一章 广告的组织与管理；第十二章 国际广告。

• • • • • (收起)

[广告学概论](#) [下载链接1](#)

标签

营销

评论

[广告学概论](#) [下载链接1](#)

书评

[广告学概论](#) [下载链接1](#)