

# 现代广告学



[现代广告学\\_下载链接1](#)

著者:陈宏军

出版者:科学出版社

出版时间:2006-8

装帧:简装本

isbn:9787030176141

《现代广告学》从市场营销学的视角探讨广告运作的规律，根据学习心理的发展特征，

在对广告理论和广告运作进行系统分析的基础上，注重从广告实际运作流程的逻辑起点和内在逻辑联系开始，渐次推进、顺理成章地进行章节的安排。《现代广告学》结合中国广告改革实践，对原理加以阐述，并介绍了有关广告的基本知识和基础理论、国外广告学界较新的理论成果和中国广告业界的实际情况，同时通过案例培养学习者分析问题和解决问题的能力及实际广告的运作能力。通过《现代广告学》的学习，读者可以系统地掌握广告学的基本理论、广告运作的基本流程和相关方面的技巧。《现代广告学》的读者对象为高等学校相关专业的师生、广告从业人员和广告爱好者。

作者介绍:

目录:

[现代广告学\\_下载链接1](#)

标签

广告学

传播

评论

-----  
[现代广告学\\_下载链接1](#)

书评

-----  
[现代广告学\\_下载链接1](#)