

广告学：战略、创意与媒体



[广告学：战略、创意与媒体 下载链接1](#)

著者:[英]克里斯·菲尔(Chris Fill) 、格雷厄姆·休斯(Graham Hughes)、斯科特·德弗朗西斯科(Scott De Francesco)

出版者:清华大学出版社

出版时间:2013-12

装帧:平装

isbn:9787302342809

《清华营销学系列英文版教材:广告学 · 战略、创意与媒体》简明扼要地介绍了快速发展的广告业的多个侧面，包括：广告业的历史与发展；传统广告和数字化广告中使用的策略；对各种主流媒体、策略和计划方法的广泛介绍；对创意广告方法以及如何开发广告信息和内容的洞察；测量和实现有形的广告成果；来自欧洲和世界其他地区的丰富案例。

作者介绍:

目录:

[广告学：战略、创意与媒体 下载链接1](#)

标签

文案广告

评论

[广告学：战略、创意与媒体 下载链接1](#)

书评

[广告学：战略、创意与媒体 下载链接1](#)