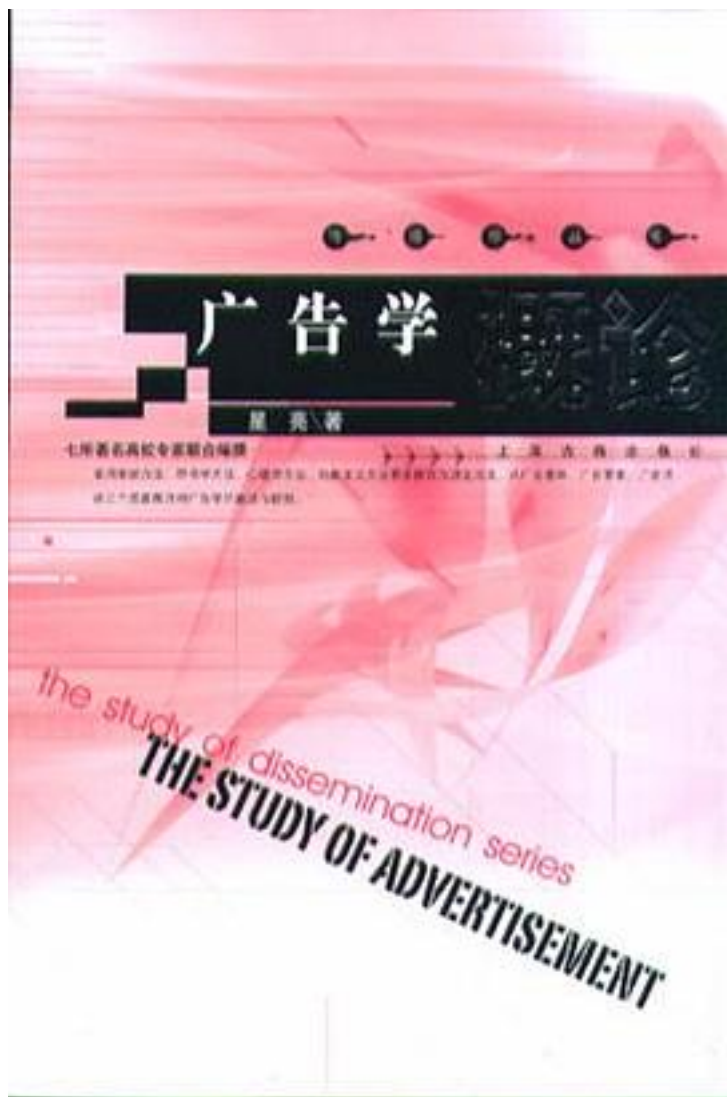


广告学概论



[广告学概论_下载链接1](#)

著者:

出版者:

出版时间:2008-6

装帧:

isbn:9787112098613

《高等学校广告学专业教学丛书·广告学概论》是广告学专业教学丛书之一，对广告基础理论进行了深入浅出的阐述，探讨了具有前瞻性的广告业界的问题。全书共分16章，主要内容包括：广告基本观点，广告发展简史，广告学术原理，广告调查研究，广告策划程序，广告受众分析，广告心理沟通，广告定位策略，广告创意思维，广告创意设计，广告文案艺术，广告媒介计划，广告效果测定，广告管理法规，国际广告策略，广告文化创新。

作者介绍:

目录:

[广告学概论_下载链接1](#)

标签

广告

创意

评论

[广告学概论_下载链接1](#)

书评

[广告学概论_下载链接1](#)