

广告经济学



[广告经济学_下载链接1](#)

著者:丁汉青

出版者:

出版时间:2009-3

装帧:

isbn:9787509605028

《广告经济学》从经济学视角审视广告活动。以对广告活动主要参与者——广告主、广告代理机构、广告传媒和广告受众的洞察为主体，兼而分析广告的经济作用、广告产业和虚假广告。《广告经济学》用相关经济理论深入剖析寡头市场结构中广告主的选择、广告代理公司的海外拓展、广告传媒间的联盟、广告受众参与广告活动的涉入度、广告产业集群、中国虚假广告的成因及治理等问题。既具有一定的理论深度，又紧密结合当今广告实践；既保持教材的严谨与规范，又通过设置互动材料提高可读性。

作者介绍:

目录:

[广告经济学 下载链接1](#)

标签

评论

[广告经济学 下载链接1](#)

书评

[广告经济学 下载链接1](#)