

# 广告学理论与实务



[广告学理论与实务\\_下载链接1](#)

著者:

出版者:

出版时间:2009-8

装帧:

isbn:9787301152911

《广告学理论与实务》基于科学性、简明性和实用性的原则，以广告活动的基本过程为

线索，内容包括广告环境、广告受众、广告媒介、广告调查、广告心理、广告创意、广告文案、广告制作、发布与代理、广告效果测度、广告战略与策略、广告规制等，全面介绍了广告经典理论和实务技巧。在编写中，《广告学理论与实务》注重基本原理、职业观念和实用策略的有机融合，突出理论培养与技能培养的双重目标，力求内容的丰富性与灵活性。

《广告学理论与实务》既可以作为高等院校经济和管理类专业的教学用书，也可作为从事相关经济管理工作的专业人士的自学用书和指导用书。

作者介绍:

目录:

[广告学理论与实务\\_下载链接1](#)

标签

评论

-----  
[广告学理论与实务\\_下载链接1](#)

书评

-----  
[广告学理论与实务\\_下载链接1](#)