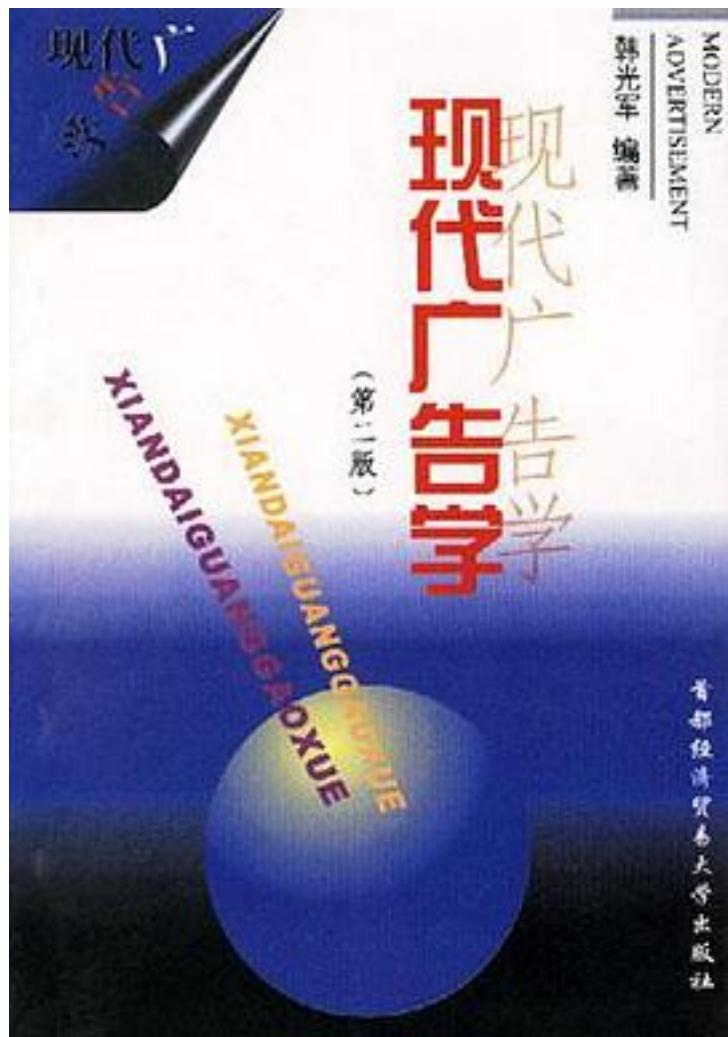


现代广告学



[现代广告学 下载链接1](#)

著者:杨明刚

出版者:

出版时间:2009-9

装帧:

isbn:9787562825777

《现代广告学》创新与特色：在内容上，探索以实际运作为引领，突出了对广告活动在

实际“运作”层面上的知识点和技术点的介绍，并尽可能将国际上最新广告成果和我国企业在广告运作过程中的鲜活个案引入《现代广告学》；在结构上，设计以实用能力为导向；在体系上，由广告基础知识、广告战略分析、广告活动和管理等三大部分构成，强调学用结合，注重实际过程与教学过程的互渗互融，培养过程融理论、技能、价值为一体；在方法上，突出以自主学习为中心。《现代广告学》力求做到以学生自主学习为中心，坚持知识的基础性，兼顾前瞻性与引导性。在篇幅上，设计了内容导航、学习目标、开篇引例、边学边做等新颖形式，以帮助学生提高应用能力，实现快乐学习、寓教于乐之目的。

《现代广告学》的适用范围：普通高等院校（高职高专、应用型本科）、成人高校、民办高校及本科院校举办的二级职业技术学院的广告学专业和经济管理类专业及其他相关专业的教学，也可供五年制高职学生使用，并可作为社会从业人士的参考读物。

作者介绍：

目录：

[现代广告学 下载链接1](#)

标签

评论

[现代广告学 下载链接1](#)

书评

[现代广告学 下载链接1](#)