

广告大理论



[广告大理论_下载链接1](#)

著者:吴建

出版者:四川人民出版社

出版时间:1994.5

装帧:

isbn:9787220024894

《广告大理论》专著，四川人民出版社，1994年5月版；获四川省第七届哲学社会科学优秀科研成果三等奖。

作者介绍:

吴建，男，汉族，四川大学文学与新闻学院副院长、新闻传播学教授、新闻学新闻业务方向与传播学广告研究硕士导师、四川省学术技术带头人后备人选、国务院政府特殊津贴专家。

目录:

[广告大理论_下载链接1](#)

标签

评论

[广告大理论_下载链接1](#)

书评

[广告大理论_下载链接1](#)