

《广告调研》

图书基本信息

书名：《广告调研》

13位ISBN编号：9787305052279

10位ISBN编号：7305052272

出版时间：2008-6

作者：张静

页数：271

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《广告调研》

内容概要

《广告调研》主要内容：改革开放20多年来，我国的广告业从无到有，高速发展。与此相适应，广告业对广告人才的需求十分旺盛。全国近百万的广告从业人员总数依旧不能满足行业发展的需要。我国加入WTO以后，广告实务界对广告从业人员的专业化程度以及知识结构的优化均提出了更高的要求。因此，加大广告专业人才的培养力度仍然是今天以及今后高等教育的当务之急。2005年底，我国开始履行对世贸组织的承诺，全面开放广告市场，外资可以在中国开办独资广告公司。这意味着中国广告业发展的整体环境发生了变化，为期20多年本土广告业一直享受的“保护期”结束了，今后的中国广告业将在全球化的平台上与国际广告业同场竞技，同时，这也将引发许多新的现象与问题有待全新的理论阐释。中国的广告业依托中国经济的发展取得了令世人瞩目的成就，但与发达国家相比仍然存在较大差距。这一差距在更深的层面上则表现为国内的广告教育和理论研究水平与发达国家之间存在的差距。

《广告调研》

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:www.tushu000.com