

# 《广告学概论》

## 图书基本信息

书名：《广告学概论》

13位ISBN编号：9787122161543

10位ISBN编号：7122161544

出版时间：2013-2

页数：197

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](http://www.tushu000.com)

# 《广告学概论》

## 内容概要

《广告学概论》以素质教育为指导，以突出应用型人才培养为出发点，以提高学生广告实际操作能力为目标的原则进行编写。基于广告运作流程，《广告学概论》系统的介绍了广告理论基础、广告策划、广告创意、广告文案、广告设计与制作、广告媒体、广告效果评估、广告经营、广告管理及国际广告等内容。

《广告学概论》贴近广告业务的实际，理论知识以“实用、够用”为度，同时注重理论与实践相结合，侧重理论、方法的实际应用，突出教材的实用性与可操作性。《广告学概论》定位于应用型高等院校工商管理类专业、广告学专业，兼顾广告公司岗位培训，适用于工商管理、市场营销、会展策划以及广告与艺术设计等相关专业。

# 《广告学概论》

## 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](http://www.tushu000.com)