

《广告学原理》

图书基本信息

书名：《广告学原理》

13位ISBN编号：9787810797580

10位ISBN编号：7810797581

出版时间：2006-10

出版社：暨南大学出版社

作者：曾振华

页数：352

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

《广告学原理》

内容概要

本书为“21世纪广告学教材系列”之一，是编者在讲授《广告学原理》《广告策划与创意》《广告与消费心理学》和各种广告营销培训班讲稿的基础上，融入他们近年来在这一领域的研究成果的结晶。全书共分广告学基础理论、广告产业组织、广告运作和广告管理与法规四篇。本书内容丰富，讲解通俗易懂，具有很强的实用性。

本教材系列的主编和作者，是一群富有活力的中青年广告学、营销学、传播学、艺术设计学等专业的理论工作者和业界的资源广告人，他们不仅有理论知识，而且都在某一方面具有一定的实战经验。所有这些，都为完成本教材系列的既定任务提供了资质保证。

精彩短评

1、暨南大学的新闻传播系很强，我想报考！55555但还要等二年多啊！！

《广告学原理》

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