

《现代广告学》

图书基本信息

书名：《现代广告学》

13位ISBN编号：9787309043006

10位ISBN编号：7309043006

出版时间：2005-1

出版社：复旦大学出版社

作者：何修猛 编

页数：339

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

《现代广告学》

内容概要

现代广告是市场经济的先导产业，是新经济的先锋产业，在经济全球化、市场经济和新经济建设中具有重要的拉动作用。本书运用广告品牌理论、策划理论、传播理论和创新理论，从三个层面系统地阐述了现代广告的基本规律和运作技巧：从认识论层面剖析了广告的价值观及其现代化发展趋势；从运作技巧层面探讨了现代广告的创意艺术、策划艺术、广告文案的创作艺术、广告作品的设计艺术；从谋略策划层面分析了现代广告的心理策略、宣传策略、促销策略、文化策略和管理策略。全书力图做到理论上的探索性、知识上的清晰性、操作上的写实性、技巧上的启示性相统一，既为读者提供完整的广告理论视角，又为读者提供可以借鉴的广告工作技能，具有实用性强、观点新颖、内容翔实、结构清晰、适用面广的特点，是高等院校相关院系、成人继续教育系统广告、公共关系、市场营销、宾馆酒店类专业的广告课程核心教材，同时也可供企业经营管理人员、广告从业人员阅读、参考。

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