

# 《广告学教程》

## 图书基本信息

书名：《广告学教程》

13位ISBN编号：9787300038070

10位ISBN编号：7300038077

出版时间：2001-6

出版社：中国人民大学出版社

作者：倪宁

页数：344

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)

# 《广告学教程》

## 内容概要

本书共十一章，包括概述、广告简史、广告机会分析、广告策划、广告表现战略和媒体策略、广告文案、广告设计与制作、广告效果测定、广告组织与经营、广告管理等章节内容，还属于概论性地著述。在编写过程中，力图吸纳众家之长，希望能够为新闻传播类包括广告学专业在内的大专院校学生提供较全面的广告知识，作为引入广告殿门的学习用书；也希望能够成为广大广告爱好者和实务人员的参考读物。

# 《广告学教程》

## 作者简介

倪宁，中国人民大学新闻学院毕业后留校任教至今，现为教授。教育部新闻传播类专业指导委员会委员。多年主持学院新闻教学管理工作，从事广告学的教学和研究，承担《广告学概论》、《公关与广告》、《广告学研究》等多门本科和研究生课程的讲授任务，编著有《广告学教程》

## 书籍目录

目录

<TABLE height=1 cellSpacing=0 cellPadding=0 width="1

## 精彩短评

- 1、痛苦~~
- 2、好教材
- 3、考研书目~
- 4、这个领域对我来说是完全陌生的~~~
- 5、太简略了。。
- 6、教材，基本功
- 7、教材

## 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)