

## 现代广告学 第4版



作者：何修猛编著

出版社：上海：复旦大学出版社

出版日期：2002.06

总页数：350

介绍：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。

说明：登录教客网（<https://www.jiaokey.com/book/detail/10822588.html>）查找全本阅读方式

现代广告学 第4版 评论地址：<https://www.jiaokey.com/book/detail/10822588.html>

教客网提供千万本图书阅读地址。

<https://www.jiaokey.com/book/detail/10822588.html>

书名：现代广告学 第4版