

广告社会学



作者：刘泓编著

出版社：武汉：武汉大学出版社

出版日期：2006.08

总页数：284

介绍：本书从广告与商品、广告与现代人、广告与社会生活、广告与大众文化、广告与社会控制、广告与大众传媒以及广告与后现代社会等角度，研究了广告与社会的互动关系及其现象。

说明：登录教客网 (<https://www.jiaokey.com/book/detail/11696568.html>) 查找全本阅读方式

广告社会学 评论地址：<https://www.jiaokey.com/book/detail/11696568.html>

教客网提供千万本图书阅读地址。

<https://www.jiaokey.com/book/detail/11696568.html>

书名：广告社会学