

现代广告学 第2版



作者：何修猛编著

出版社：上海：复旦大学出版社

出版日期：1998.09

总页数：434

介绍：内 容 提 要 现代广告是市场经济的先导产业，在全球经济一体化、市场经济和知识经济建设中具有重要的拉动效用。本书从三个层面系统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现代广告的价值观、市场观、形象观和品牌观，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、促销策略和管理策略。全书力求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。

说明：登录教客网 (<https://www.jiaokey.com/book/detail/12030240.html>) 查找全本阅读方式

现代广告学 第2版 评论地址: <https://www.jiaokey.com/book/detail/12030240.html>

教客网提供千万本图书阅读地址。

<https://www.jiaokey.com/book/detail/12030240.html>

书名：现代广告学 第2版