

新编广告学概论



作者：张金海，程明主编

出版社：武汉：武汉大学出版社

出版日期：2009.12

总页数：289

介绍：本书由广告与广告学、广告传播模式和现代广告的未来发展等三编内容构成，以广告的起源、发展为起点，描述了现代广告及其运动形态，阐释了广告在现代社会中的功能与作用，分析了广告理论流派的发展演进与广告理论体系；重点解析了广告传播模式问题，包括广告传播的基本模式，对广告的信息生产及内容、渠道、受众与消费者、效果、控制等问题进行了分析。本书还结合整合营销传播、数字与网络技术和全球化的背景来探讨了现代广告的未来发展等问题。

说明：登录教客网（<https://www.jiaokey.com/book/detail/12639387.html>）查找全本阅读方式

新编广告学概论 评论地址：<https://www.jiaokey.com/book/detail/12639387.html>

教客网提供千万本图书阅读地址。

<https://www.jiaokey.com/book/detail/12639387.html>

书名：新编广告学概论