

整合 集团化背景下的报业广告经营



作者：杨步国，张金海主编

出版社：武汉：武汉大学出版社

出版日期：2005.01

总页数：374

介绍：本书主要研究报业集团化背景下的广告经营。着重探讨和解决的问题是：我国传媒广告经营还有多大的发展潜量、增涨空间，传媒广告经营将在多大程度上支撑我国传媒的发展。

说明：登录教客网（<https://www.jiaokey.com/book/detail/11570740.html>）查找全本阅读方式

整合 集团化背景下的报业广告经营 评论地址：<https://www.jiaokey.com/book/detail/11570740.html>

教客网提供千万本图书阅读地址。

<https://www.jiaokey.com/book/detail/11570740.html>

书名：整合 集团化背景下的报业广告经营