## 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:从认识论层而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