

<<广告理论与实务>>

图书基本信息

书名：<<广告理论与实务>>

13位ISBN编号：9787560142173

10位ISBN编号：7560142176

出版时间：2009-3

作者：郭鑫 编

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<广告理论与实务>>

内容概要

广告学原理与实务一书主要是为了适应高职高专市场营销专业的广告学课程需要而编写的教材。

《广告理论与实务》从培养高职高专人才的角度出发，以科学性、系统性、实用性和适用性为原则，吸收了广告领域不断发展的新理论、新方法，特别注重原理与案例相结合，能力培养与技能训练相结合，广告实践与广告理论相结合。

全书从基础层面概述了广告的定义、起源与发展；从运作层面阐述了广告的调研方法和技巧、广告效果测评、广告媒体评价与运用；从策划层面分析了广告的心理策略、广告策划的基本原理和方法、广告创意技巧和方法、广告文案创作技巧等内容。

本教材在编写上力求做到理论翔实、内容丰富、结构完整、脉络清晰，为读者提供了完整的广告理论视角和广告运作实务技能，特别是通过每章结尾的案例分析，使学生能够重点掌握如何科学地运作广告，是一本集系统性、实用性、操作性于一体的广告学教科书。

<<广告理论与实务>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>