

《现代广告学/现代广告丛书》

图书基本信息

书名：《现代广告学/现代广告丛书》

13位ISBN编号：9787309016277

10位ISBN编号：7309016270

出版时间：1996-5-1

作者：何修猛

页数：395

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

书籍目录

1. 第一章 绪论
2. 第二章 广告的历史发展
3. 第一节 我国广告的历史演进
4. 第二节 新中国成立后广告的发展
5. 第三章 现代广告与CI战略
6. 第一节 现代广告与CI战略的关系
7. 第四章 现代广告创意
8. 第一节 现代广告创意实质
9. 第二节 成功广告创意的关键
10. 第五章 现代广告策划
11. 第一节 现代广告策划思维与意识
12. 第六章 现代广告文案创作
13. 第七章 现代广告作品设计与制作
14. 第一节 现代广告作品设计的一般意义
15. 第八章 现代广告的宣传策略
16. 第一节 广告媒介的基本类型
17. 第九章 现代广告的文化策略
18. 第十章 现代广告管理
19. 第一节 现代广告法规管理
20. 第二节 现代广告自律管理

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:www.tushu111.com