

# 《广告学：战略、创意与媒体》

## 图书基本信息

书名：《广告学：战略、创意与媒体》

13位ISBN编号：9787302342809

10位ISBN编号：7302342806

出版时间：2013-12

出版社：清华大学出版社

作者：[英]克里斯·菲尔(Chris Fill)、格雷厄姆·休斯(Graham Hughes)、斯科特·德弗朗西斯科(Scott De Francesco)

页数：386

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](http://www.tushu111.com)

# 《广告学：战略、创意与媒体》

## 内容概要

《清华营销学系列英文版教材:广告学·战略、创意与媒体》简明扼要地介绍了快速发展的广告业的多个侧面，包括：广告业的历史与发展；传统广告和数字化广告中使用的策略；对各种主流媒体、策略和计划方法的广泛介绍；对创意广告方法以及如何开发广告信息和内容的洞察；测量和实现有形的广告成果；来自欧洲和世界其他地区的丰富案例。

# 《广告学：战略、创意与媒体》

## 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](http://www.tushu111.com)