

《新媒体与广告》

图书基本信息

书名：《新媒体与广告》

13位ISBN编号：9787501938131

10位ISBN编号：750193813X

出版时间：2002-08-01

出版社：中国轻工业出版社

作者：陈刚

页数：216

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

第一章 导论

第二章 新媒体之新 新媒体的特征

第三章 到互动性与互联网广告

第四章 新媒体广告的类型与特点

第五章 网络广告 互联网广告的重要形式

第六章 网络广告效果测定和定价模式

第七章 电子商务类网站中的有效信息传播问题

第八章 虚拟社区中的广告应用

第九章 新媒体在品牌塑造中的应用

第十章 新媒体时代广告的监督与管理

第十一章 整合营销传播时代的来临

附录 广告公司与广告主对于新媒体广告的态度调查报告（2002.6）

后记

精彩短评

1、似乎是老陈唯一的一本广告书啊

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