<<广告大理论>>

图书基本信息

书名:<<广告大理论>>

13位ISBN编号:9787220024894

10位ISBN编号: 7220024894

出版时间:1994.5

出版时间:四川人民出版社

作者:吴建

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

<<广告大理论>>

内容概要

《广告大理论》专著,四川人民出版社,1994年5月版;获四川省第七届哲学社会科学优秀科研成果三等奖。

<<广告大理论>>

作者简介

吴建,男,汉族,四川大学文学与新闻学院副院长、新闻传播学教授、新闻学新闻业务方向与传播学广告研究硕士导师、四川省学术技术带头人后备人选、国务院政府特殊津贴专家。

<<广告大理论>>

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