

<<现代广告案例--理论与评析>>

图书基本信息

书名：<<现代广告案例--理论与评析>>

13位ISBN编号：9787309021318

10位ISBN编号：7309021312

出版时间：1998-12

出版时间：复旦大学出版社

作者：何佳讯

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>

<<现代广告案例--理论与评析>>

内容概要

内容提要

本书是以个案为主体讲述品牌营销传播和广告策划的著作，内容涉及营销战略、品牌塑造、广告策略、创意、媒体以及整合营销传播等各方面。

作者以国际上最新的广告理论和著名跨国广告公司的理念为背景，以学科的系统性和全面性要求构建新框架，综述国际著名品牌、知名品牌以及本土活跃品牌的营销传播和广告运动成功个案50篇，在简略回顾历史的同时，重点阐述它们在世纪之交的传播新表现，文中紧密穿插广告核心理论知识的介绍、评析和总结，表达了作者许多新鲜的观点和见解。

全书分四大部分，共12章。
条理清晰、通俗易懂，操作性强。

适合大专院校、成人高校相关专业与课程使用，也可供营销、广告从业人员以及一般读者自学。

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>