

<<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

出版时间：中国轻工业出版社

作者：陈刚

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>

<<新媒体与广告>>

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

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>