

分享 交流 发展

汉斯出版社 (Hans Publishers, www.hanspub.org) 聚焦于国际开源 (Open Access) 中文期刊的出版发行, 覆盖以下领域: 数学物理、生命科学、化学材料、地球环境、医药卫生、工程技术、信息通讯、人文社科、经济管理等。

首页 >> 人文社科 >> 新闻传播科学 >>

JC >> Vol. 1 No. 2 (September 2013)

广告的功效模型研究

Research on Advertisement's Effectiveness Model

全文免费下载:(287KB) PP.7-8 DOI: 10.12677/JC.2013.12002

作者:

赵本东:唐山市质量技术监督局开平分局, 唐山

关键词:

广告; 效力; 模型; 乘法; Advertisement; Effectiveness; Model; Multiplication

摘要:

本文分析了广告效力的影响因素, 建立了广告的影响力模型, 讨论了提高广告效力的思路。

This paper analyzed factors influencing effectiveness of bulletin, established bulletin influence model, and discussed the ideas to improve the effectiveness.

参考文献

[1] 赵本东, 赵宗宇. 乘法[M]. 匹兹堡: 美国学术出版集团公司, 2011: 4.

推荐文章

。广播电视公共性: 理论溯源·学术困境·考察逻辑

推荐给个人

推荐给图书馆

分享到:

更多

加入审稿人 创办特刊

☆ 当前期刊访问量 9,689

当前期刊下载量 530

友情链接

尔湾阅读

科研出版社

开放图书馆

千人杂志