

Buku prinsip-prinsip pokok periklanan dalam perspektif global ini menyajikan sebuah pembahasan komprehensif dan sistematis tentang berbagai hal yang berkaitan dan mempengaruhi periklanan. Dengan cerdas dan gamblang, buku ini menyajikan bisnis periklanan, keterlibatan kekuatan politik dan hukum di dalam periklanan, peran agensi periklanan, segmentasi pasar, pemasaran sasaran, pemosisian produk, perilaku konsumen, pemasaran dan riset periklanan, aspek kreatif dalam periklanan dan banyak lagi.

