

Agostini (Jean-Michel) et Hugues (Michel)

Les effets de la publicité dans la presse et à la télévision - Mesures et comparaisons

Référence : Cyb-2332

Robert Laffont , Medias et Messages Malicorne sur Sarthe, 72, Pays de la Loire, France 1972 Book condition, Etat : Bon broché, sous couverture à rabats illustrée d'une figure In-8 1 vol. - 182 pages

Commentaire : 1ere édition Contents, Chapitres : Présentation et analyse critique de cinq études expérimentales réalisées aux Etats-Unis et en Grande-Bretagne - Eléments d'une théorie des effets de la publicité - Présentation d'une méthode expérimentale de comparaison inter-medias applicable en France - Comparaison des caractéristiques spécifiques de la publicité télévisée et de la publicité magazines couverture tres legerement jaunie, sinon bon etat

Année 1972

Prix : **8,00 €**

Cet article vous est proposé par :

Librairie Internet Philoscience
philoscience@wanadoo.fr
7, rue Gambetta
72270 Malicorne-sur-Sarthe
France

<https://v5.livre-rare-book.net/fr/livres/5472375-Cyb-2332>