

<<中国广告通史>>

图书基本信息

书名：<<中国广告通史>>

13位ISBN编号：9787313060914

10位ISBN编号：7313060912

出版时间：2010-1

出版时间：上海交通大学出版社

作者：汪洋

页数：244

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>

<<中国广告通史>>

内容概要

本书按照中国广告本体进程特点，即广告必须具备的广告主、广告受众、广告媒体等基本要素在历史长河中相互作用的发展演化特点，将整个中国大陆广告发展历史分为古代广告、近代广告、现代广告探索及繁荣四大部分来进行论述。

本书不仅对中国广告本体发展的阶段性特征和不同时期的发展变化进行了客观的现象描述，而且深入分析了影响中国广告进程的内、外因素，进而对中国广告发展的历史规律进行了探索。

本书史料丰富、脉络清晰、图文并茂，立体化展现了中国大陆广告的发展历程。

本书可作为大学广告专业的教材，也可作为从事广告业工作研究人员的参考读物。

书籍目录

第一章 定义与分期 第一节 广告的定义 第二节 中国广告的历史分期第二章 中国古代广告发展之途
第一节 古代广告的起源 第二节 古代广告形式基本格局的奠定 第三节 商业经济的曲折跌宕与广告的生存空间 第四节 古代广告整体水平的提升 第五节 古代广告形式的完备与区域特色的形成第三章 中国近代广告成长之路 第一节 近代广告形式创新与发明 第二节 近代广告新兴业态的形成 第三节 残留传统广告的多种表现第四章 中国现代广告探索之旅 第一节 广告业的全面整顿与管理 第二节 广告业的整合与持续发展 第三节 商业广告的全面停滞第五章 中国现代广告繁荣之势 第一节 现代广告理论与实践的互动发展 第二节 现代广告媒体拓广深化 第三节 现代广告管理体制规范发展 第四节 现代广告组织百花齐放 第五节 现代广告教育“量”与“质”的变化

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>