

<<中国儿童与广告>>

图书基本信息

书名：<<中国儿童与广告>>

13位ISBN编号：9787500444114

10位ISBN编号：7500444117

出版时间：2004-1

出版时间：中国社会科学

作者：陈家华，麦箴时著

页数：221

字数：155000

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>

<<中国儿童与广告>>

内容概要

中国是世界上儿童最多的国家，随着经济的发展，广告对儿童的影响越来越大。本书系统论述了现今儿童广告发展的情况，中国儿童对电视广告的理解、专注、相信和喜爱程度以及他们对不同类型广告的反应等，并且分析了中国现有广告法对儿童广告的规范。本书视角新颖，内容丰富，对于儿童家长及对儿童消费行为感兴趣的学者、向儿童进行营销的企业及制作针对儿童的广告人员均有参考价值。

<<中国儿童与广告>>

作者简介

陈家华 (Kara Chan) 博士是香港浸会大学传播系副教授。
讲授的课程主要有广告创意、广告与社会传播、传播研究方法。
到大学全职任教前, 她曾任职跨国广告公司智威汤逊及奥美广告, 也曾在跨国电脑公司的市场传讯部任职, 并在香港特别行政区政府统计处任职统计师。
她主要从事

<<中国儿童与广告>>

书籍目录

序言第一章 中国儿童的消费市场第二章 大众传媒扮演的角色：以广告为焦点第三章 儿童对电视广告的理解第四章 儿童是否相信电视广告第五章 儿童对电视广告的专注和喜好第六章 家长与子女在消费和广告方面的沟通第七章 家长对儿童广告的态度第八章 中国儿童电视广告的内容分析第九章 中国儿童广告的管理法规第十章 中国儿童与广告：概述、结论及启示参考书目

<<中国儿童与广告>>

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>