

<<高中英语>>

图书基本信息

书名：<<高中英语>>

13位ISBN编号：9787504157577

10位ISBN编号：7504157570

出版时间：2012-5

出版时间：教育科学出版社

作者：曲一线 主编

页数：116

字数：500000

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>

<<高中英语>>

内容概要

全书知识架构思维导图呈现
模块学习方法技巧名师指导
言简意赅呈现相关知识背景
图文并茂引导学生自主探究
主体课文英汉对译左右互动
增强语感双栏对照一目了然
左讲右练一网手打尽高考知识能力要点
习题化设计菜单式归类科学巧妙编排
展示各地高考新题型训练发散思维能力
话题选材新颖时事热点特色更鲜明
紧扣专题内容锁定考纲要点
双栏互动快速突破重点难点
优化整合最新五年全国高考试题
麻雀式解剖命题规律及命题趋势
淘金式精选最近三年各地优秀模拟试题
分层式优化设计训练题组定时定量测试

书籍目录

Unit 1 Breaking records

Part 1 Warming up Reading&Comprehending

Part 2 Learning about Language&Grammar

Part 3 Using Language

单元回眸

Unit 2 Sailing the oceans

Part 1 Warming up , Reading&Comprehending

Part 2 Learning about Language&Grammar

Part 3 Using Language

单元回眸

Unit 3 Australia

Part 1 Warming up Reading&Comprehending

Part 2 Learning about Language&Grammar

Part 3 Using Language

单元回眸

Unit 4 Exploring plants

Part 1 Warming up , Reading&Comprehending

Part 2 Learning about Language&Grammar

Part 3 Using Language

单元回眸

Unit 5 Inside advertising

Part 1 Warming up Reading&Comprehending

Part 2 Learning about Language&Grammar

Part 3 Using Language

单元回眸

<<高中英语>>

章节摘录

什么是广告？

广告是告知人们或对人们起影响作用的信息或告示。

它可以用文字、图片、音乐或影片来传达其信息。

广告不仅可由商家付费制作，也可由想要向公众传达或教育公众的个人、组织或协会来出资制作。

广告商是如何制作有效的广告的？

识别你的目标 广告商必须付费给展示其广告的媒体。

如果信息没有传达给它的目标群体，也就是广告意图说服的人群的话，那么他们的钱就白花了。

举例说，进入青春期的男孩子就比任何其他人群购买电脑游戏的可能性更大，因此，制作吸引这个群体的电脑游戏的广告才是有意义的。

明确了广告的目标群体后，研究人员就会尽量收集这个群体的有关信息，例如他们的好恶，以及如何使产品适应他们的生活。

于是这个信息就构成了针对这部分人采用何种广告技巧的决策基础。

迎合你的目标 为了说服人们采取某种行动，广告常常要迎合我们的希望、梦想或情感。

譬如右图的运动鞋广告，它表现的是年轻人正做着一些刺激的运动，（广告的）颜色和其中的火焰也使人感到兴奋。

它所传递的信息是：“购买我们的运动鞋你就能在。

陕车道过上令人兴奋的生活。

”上方的那幅广告（上面有一个五角星）是为一个新的无线电台制作的。

它迎合了人们想要“适应”并成为其中一员的愿望。

它传达的信息是：“其他人都在听。

如果你想成为其中的一分子，你最好也听一听。

”有些广告迎合人们省钱的愿望，另外一些广告则因为有趣而引人注目。

而以有钱人和名人为特写的广告则会抓住那些羡慕他们的人的注意力。

还有一些广告就像下边那种有关环境保护的广告，就符合我们的良知，或者说迎合了我们想成为有价值的公民的愿望。

采用合适的媒体 正如要用恰当的方式吸引合适的消费者，广告商还得将广告置于恰当的媒体上。

很明显，做这个决定的时候，花销起很大的作用。

电视广告的制作与播放是非常昂贵的。

你必须是一家大公司，有大笔经费，才能做得起电视广告。

而另一方面，用报纸做广告便宜得多。

除担心费用外，广告商还必须考虑哪种媒体最适合他们的产品以及他们的目标群体最有可能收看或收听哪种媒体。

因为大多数汽车都石收音机，司机很容易地就能收听到通过无线电广播传递的广告。

因为这个缘故，用无线电传递与汽车有关的产品与服务就很合适。

但是如果一项产品的广告要依靠视觉效果，那么它在收音机播出就毫无意义了。

电视广告能够激起人们对某种产品产生情感反应，但杂志和报刊能够给出更详细的介绍。

.....

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>