

<<广告语言概论>>

图书基本信息

书名：<<广告语言概论>>

13位ISBN编号：9787504354020

10位ISBN编号：7504354023

出版时间：2007-11

出版时间：中国广播电视出版社

作者：于根元

页数：235

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>

## <<广告语言概论>>

### 内容概要

本书介绍和评述了关于广告语言的基本认识 and 知识、我国广告语源发展简史，广告语言运用的技巧和原则。

本书可供专业大学教材，并适合广告从业人员阅读。

## &lt;&lt;广告语言概论&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 关于广告语言的基本认识 第一节 学习和研究广告语言的意义 第二节 广告语言的定位  
第三节 对我国广告语言的基本估价 第四节 关于其他若干问题的认识第二章 广告语言的界定  
第一节 广告语言的定义 第二节 广告语言的构成要素 第三节 广告语言的特点 第四节 广  
告语言的功能第三章 我国广告语言发展简史 第一节 原始社会末期鸦片战争前 第二节 鸦片战  
争—新中国成立前 第三节 新中国成立—1976年 第四节 1976年—现在第四章 广告语言的类  
型 第一节 产品广告语 第二节 企业广告语 第三节 事件、场所广告语 第四节 电视栏目广  
告语 第五节 台、刊广告语 第六节 公益广告语第五章 广告语言的创作 第一节 形成广告战  
略 第二节 发展广告创意 第三节 广告语言的创作要点第六章 广告语言的叙述角度和诉求类型  
第一节 形成叙述角度和诉求类型的基本因素 第二节 叙述角度 第三节 诉求类型第七章 广  
告语言的规范 第一节 广告语言规范的几个基本原则 第二节 广告语言里出现比较多的新的好的  
语言现象 第三节 广告语言里不够规范、不规范的情况第八章 广告语言的哲理化倾向 第一节  
哲理化广告语案例 第二节 哲理化广告语的产生原因及应该注意的问题第九章 关于成功广告语言  
的影响因素 第一节 符合经济发展的要求 第二节 良性引导社会思潮 第三节 健康推动文化传  
播 第四节 敏锐贴近突发时事 第五节 密切配合广告活动参考文献后记

<<广告语言概论>>

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>