

<<世界广告史话>>

图书基本信息

书名：<<世界广告史话>>

13位ISBN编号：9787505714007

10位ISBN编号：7505714007

出版时间：1998-08

出版时间：中国友谊出版公司

作者：樊志育

页数：529

字数：414000

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>

<<世界广告史话>>

内容概要

《世界广告史话》顾名思义，乃涵盖世界各国有关广告创作之时空演进，资料浩瀚，网罗不易，只能凭坊间现有资料，抽丝剥茧，作片断之叙述。

但无论如何，我们可从这些前人遗留下来的广告宝藏，获得启示，至于如何去其糟粕，取其精华，存乎一心而已。

本书之基本架构，引用作者在《国华人》杂志所开辟的《世界的广告界》资料。作者曾在该杂志逐期发表世界所有先进国家之广告动态，长达数年之久，致世界各国广告营运现状，略窥鳞爪。

至于日本广告史，摘译自今野信雄著《广告世相史》一书，使日本广告史部分，不但资料丰富，而趣味盎然。

<<世界广告史话>>

书籍目录

第1篇 概论 第1章 广告的起源 1—1 从广告本质追溯广告的起源 1—2 古代广告花样翻新 1—3 早期的广告目的 第2篇 中国部分 第2章 中国古代广告史 2—1 洪荒时代的广告 2—2 唐宋时代的广告 2—3 明清时代的广告 2—4 民初时代的广告 第3章 中国现代广告史 3—1 改革开放 3—2 多民族的消费群 3—3 中国广告业发展现况 3—4 中国对外广告业务的发展 3—5 外国企业对中国广告投资概况 3—6 中国的广告组织 3—7 中国主要的广告公司 3—7—1 北京广告公司 3—7—2 上海广告公司 3—7—3 广东省广告公司 3—8 市场调查与广告调查 3—8—1 中国广告业市场调查业务概况 3—8—2 中国广告界对市场调查之认识 3—8—3 广告效果调查业务现况 3—8—4 电通在中国的市场调查活动 3—9 中国主要的广告团体 3—9—1 中国广告协会 3—9—2 中国对外经济贸易广告协会 3—9—3 国际广告协会中国分会 3—10 中国报纸广告媒体 3—11 中国电视广告媒体 3—12 中国广播广告媒体 3—13 中国杂志广告媒体 3—14 中国户外广告媒体 3—15 台湾广告简史 3—15—1 广告代理业诞生之契机第3篇 外国部分 第5章 韩国广告史 第6章 亚洲其他国家广告史 第7章 澳大利亚广告史 第8章 新西兰广告史 第9章 世界广告编年史概论 第10章 世界广告编年史 第11章 欧美各国广告史 第12章 非洲广告史附录：当代广告名人传参考文献

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>