

<<广告学>>

图书基本信息

书名：<<广告学>>

13位ISBN编号：9787532255214

10位ISBN编号：7532255212

出版时间：2008-3

出版时间：上海人美

作者：胡朝阳

页数：131

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>

<<广告学>>

内容概要

本书为“艺术设计本专科通用基础教材”之一，系统地介绍了广告学的基本知识。内容包括：广告概述，广告调研，广告心理，广告策划，广告创意，广告传播等。本书可供广告设计、平面设计和室内设计等专业作为教材使用。

书籍目录

第一章 广告概述 第一节 广告的历史 第二节 广告的定义 第三节 广告的价值第二章 广告调研 第一节 广告调研的涵义和类型 第二节 广告调研的计划与实施 第三节 广告调研报告的撰写第三章 广告心理 第一节 广告心理过程 第二节 广告接受心理 第三节 广告符号消费第四章 广告策划 第一节 策划不是计划 第二节 广告策略的提炼和模式 第三节 广告策划的流程与内容第五章 广告创意 第一节 广告创意元素的提炼 第二节 广告作品的实现过程 第三节 广告文案与信息传达第六章 广告传播 第一节 广告媒体及其特点 第二节 广告媒体策划与组合 第三节 泛媒体时代的广告传播第七章 广告公司 第一节 广告公司的类型与运作 第二节 广告公司的机构与管理第八章 广告效果 第一节 广告效果的要素 第二节 广告效果的评估方法

章节摘录

插图：第一章 广告概述第一节 广告的历史纵观人类发展史，可以说，广告历史源远流长。

广告作为一种信息传递的社会现象，古往有之。

远古人类祖先运用姿态(如舞蹈)、声音(如叫卖)、火光(如烽火)等形式所进行的信息传播，其实就是一种广义的广告形式，从早期的结绳记事到人类口头广告和实物广告的出现，见证着人类经济的不断发展。

随着科技的不断发展和进步，人类发明了语言和文字，不断扩大了广告信息传播的广度和深度；随着报纸、广播、电视等大众媒介的出现，使广告制作和传播都发生了质的变化，特别是19世纪以来专业广告公司的形成与普及，加速了广告业的科学化发展进程。

世界上最早的文字广告是写在莎草纸上的。

我国现存最早的印刷广告是北宋时期济南刘家针铺的铜版雕刻广告。

如图是我国宋代时期一家专营针具铺子的铜版雕刻的广告印刷版，可以说这是世界上最早的印刷广告了。

这块铜版雕刻广告印刷版图文兼备，雕刻工整美观，形象鲜明，文字简练而生动，反映了我国古代手工业和工商业的繁荣发达，也标志着我国古代广告艺术的发展水平。

在中国的四大发明里，造纸术和印刷术可以说为广告业的发展作出了不可磨灭的贡献！

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>