

<<广告创意哲学关键词>>

图书基本信息

书名：<<广告创意哲学关键词>>

13位ISBN编号：9787538652994

10位ISBN编号：753865299X

出版时间：2011-5

出版时间：吉林美术出版社

作者：鞠惠冰

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>

## <<广告创意哲学关键词>>

### 内容概要

广告学作为1个新兴学科在高校的建设时间虽然只有大概5—6年的历史，但是其学科因为广告业的蓬勃兴起而得到了迅速发展。

《中国当代广告教学系列丛书》的主要内容涵盖了国内广告学教学的主干课程，以关键词作为图书的主要结构，图文并茂。  
是广告学基础教学的必备图书。

鞠惠冰所著的《广告创意哲学关键词》为其中一册，主要反映广告中所包含的哲学原理。

<<广告创意哲学关键词>>

书籍目录

物的语义学  
肤浅美学  
坎普趣味  
互文性  
跨界  
货币哲学  
感觉社会学  
普遍对应  
关联性  
消费社会  
人的延伸  
超现实主义  
视觉实验  
变形  
边缘  
分裂  
延异  
虚无  
虚拟  
超整理术  
省略  
反思性  
物性  
知识型  
隐喻  
新  
边缘性差异  
细节  
色情  
性别主义  
效果  
仪式化  
诗意  
塑造日常  
蒙太奇  
道德谱系  
浮华  
白日梦  
梦的解析  
双重言说  
绝对广告  
收集癖

<<广告创意哲学关键词>>

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>