

<<英汉·汉英广告学词汇手册>>

图书基本信息

书名：<<英汉·汉英广告学词汇手册>>

13位ISBN编号：9787544611534

10位ISBN编号：7544611531

出版时间：2009-12

出版时间：上海外语教育出版社

作者：盛颖妍，蒋昕宇，张祖忻 编

页数：173

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>

## 前言

改革开放30年来,我国的经济、科技、文化、教育、外贸和社会各项事业快速发展,取得了令人瞩目的成就,经济总量翻了两番之多,国内生产总值2007年已近25万亿元人民币,人均国民收入达到了2000多美元,提前实现了小康目标;科技水平不断提高,高新技术快速发展,缩短了与世界先进国家的差距;文化、教育事业迅猛发展,不断满足和丰富着人民日益增长的文化精神需要;社会服务和保障体系不断完善,使中华民族和社会更加和谐。

我国在国际事务中的作用日益凸显,与世界各国的政治、经济、科技、文化、教育、外交、军事等方面的交往日益频繁。

成功加入世界贸易组织,成功申办和举办2008年北京奥运会和残奥会,成功申办上海世博会等一系列重大外交活动,塑造了中国在世界上的良好形象,更是促进了我国与世界各国的交往、交流和交融。经济全球化、科技一体化、文化多元化、信息网络化的发展趋势,使人们的生活正发生着深刻的变化。

新的学科、新的术语、新的词汇不断诞生和涌现。

我国数亿不同层次的英语学习者和使用者,在学习或工作中不断遇到新的词语、新的术语。

大部分的英语学习者和使用者能够比较顺利地用普通英语进行交流和交际,而一旦遇到专业领域的词汇或术语往往会陷入困境,有时可能了解某词语的一般意义,但不知道它在某些专业领域指的是什么。

## 内容概要

广告学是关于广告这一独特社会现象及其运作规律的科学理论体系，于20世纪初在美国初现雏形。我国的广告学发展相对滞后，直到20世纪80年代初才起步。

虽然改革开放以来，中国的广告事业与广告学发展迅速，但与世界先进水平相比尚有较大差距。

同时，广告业的国际化趋势日益明显，跨文化沟通已成必然。

因此，学习、借鉴国外先进理论成果和提高专业外语能力是众多广告专业学生和从业人员的迫切需要。

本书正顺应了这一需求，可作专业学生的学习资源，也可作从业人员的参阅工具。

广告学是一门综合性学科，既涵盖社会科学，又涉及自然科学，在诸多领域与包括经济学、传播学、心理学、社会学、管理学、统计学、美学、文学在内的多个学科存在着融合与交叉。

本书从这些学科中酌量选取了一些与广告学相关的术语，力求较为完整地呈现广告学的多样面貌。

对于近年来不断涌现的广告学新词，编者选其精华，尽可能多地收入本书；对于一些有英文表述而无对应中文提法的词汇，编者按其释义转译为较为贴切的对应语；对于中文提法众多而无定论的词汇，编者选取了相对精准的释义加以收录。

<<英汉·汉英广告学词汇手册>>

书籍目录

序前言使用说明英汉部分汉英部分附录参考文献

## 章节摘录

ageism 年龄歧视 agency 代理公司 agency agreement 代理协议 agency-client relationship 代理-客户关系 agency commission 广告佣金；广告代理佣金制 agency contract 代理合同 agency-of-record (AOR) 集中购买代理商 agency network 代理网络 agency service 代理服务 agenda setting 议题设置 agent 代理商 agent middleman 中间代理商 agency 代理业务 agent service 代理服务 age subculture 年龄亚文化群 aggregated rebate 总回扣 agricultural advertising 农业广告 agritural marketing 农产品营销 AI (audioidentity) 听觉识别 AIDIA (awareness, interest, desire, active AIDA (知晓、兴趣、渴求、行动) 模式, 爱达公式 aided awareness 提示认知 aided recall 辅助回忆 aided recall test 辅助回忆测试 aided recognition method 提示确认法 aided recognition rate 提示知名度 AIDMA (attentive, interest, desire, memory, active) AIDMA (关注、兴趣、欲求、记忆、购买) 法则 AIO (activity, interest, opini) measures AIO (行为、兴趣、观点) 尺度 AIR (average issue readership) 平均每期阅读人数 airbrush 喷修 airdate 广告播出日期 airport advertising 机场广告 airtime cost 播出成本 ala carte agency 定制服务型广告代理公司 alcohol advertising 酒类广告 all night 深夜时段 (半夜一次日 6:00) allocated quota 分配配额 allocation 预算分配 allowance 折让 all-round price 全包价格 alpha activity 阿尔法作用 alternative evaluation 选择性评估 alternative media 非主流媒体 alternative need 选择性需求 AMI (account manager) 客户经理 AM2 (amplitude modulative) 调幅 AMA (American Marketing Associative) 美国营销协会 ambient 外界环境 ambient advertising 环境媒体广告 ambient marketing 环境媒体营销 ambient media 环境媒体 ambush marketing 伏击营销, 寄生营销, 偷袭营销 American Academy of Advertising (AAA) 美国广告学会 American Advertising Federative (AAF) 美国广告联盟 American Association of Advertising Agencies (AAAA) 美国广告公司协会 American Marketing Associative (AMA) 美国营销协会 American Survey Research Organization 美国调查研究组织 amortizative 摊销 amplitude modulation (AM) 调幅 ANA (Asseclation of National Advertisers) (美国) 全国广告主协会 analogue proof 模拟校样 analyst 001 分析工具

<<英汉·汉英广告学词汇手册>>

编辑推荐

《外教社英汉·汉英广告学词汇手册》：收录广告学基本词汇英汉、汉英双向收词9000余条为广告学专业英语入门工具书

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>