

<<中外广告简史>>

图书基本信息

书名：<<中外广告简史>>

13位ISBN编号：9787561427118

10位ISBN编号：7561427115

出版时间：2003-1

出版时间：四川大学出版社

作者：黄勇

页数：254

字数：230000

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>

<<中外广告简史>>

内容概要

广告是一张无边无际的珠网，每一粒珍珠都映射着眩目的光芒，广告是一条源远流长的江河，每一段水波都流淌着岁月的欢歌，广告是一泓汪洋浩渺的大海，每一朵浪花都闪耀着奇幻与精彩。

本书理论与实践密切结合，既立足于高校专业教育的理论探讨，又具有从事业界实践动作的案例分析与经验总结。

系统、全面，涵盖了广告学专业教育的主要课程与广告实践动作的各个环节。

本书实用性强。

其定位以教材为主体，兼容学术性探讨与实践经验总结。

本书既可以作为广告学及其相关专业的专业课程教材、广告公司及其相关单位业务培训的实用教程，又可以作为广告经营管理与项目动作的参考资料。

<<中外广告简史>>

作者简介

黄勇，男，1972年生，祖籍河北大名，生于宁夏。
1994年毕业于四川大学哲学系，任职于宁夏日报社。
1996年重回四川大学攻读硕士、博士学位。
现任教于四川大学文学与新闻学院，主要从事中外广告史、中国文学史、宗教学的教学和研究工作。

<<中外广告简史>>

书籍目录

第一章 绪论 第一节 广告杂议 第二节 广告史概说第二章 世界广告发展史概观 第一节 广告史的分期问题 第二节 传统广告时期 第三节 现代广告时期第三章 中国广告发展史 第一节 概述 第二节 中国古代广告时期 第三节 中国现代广告的艰难发展时期 第四节 中国现代广告的蓬勃发展时期 第五节 港台地区广告发展简况第四章 美国广告发展史 第一节 概述 第二节 美国早期广告 第三节 20世纪前期的美国广告 第四节 第二次世界大战后美国广告的繁荣发展第五章 日本广告发展史 第一节 概述 第二节 日本古代广告时期 第三节 日本现代广告的发展期 第四节 日本现代言行的繁荣期第六章 其他国家广告简况第七章 世界广告发展趋势及其历史命运后记

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>