

<<创新与开拓>>

图书基本信息

书名：<<创新与开拓>>

13位ISBN编号：9787561533260

10位ISBN编号：7561533268

出版时间：2009-8

出版时间：厦门大学出版社

作者：陈培爱 主编

页数：514

字数：568000

译者：中国广告协会学术委员会

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>

## <<创新与开拓>>

### 内容概要

本书分主题演讲、理论篇、实务篇、方法篇和教育篇五大部分，主要内容包括：对中国广告营销30年的简要回顾；中国媒介发展30年的宏观检视；实证与批判并重，推动以广告为本体的多元研究创新——对广告学研究方法的思考；中国广告观念之三十年变化；基于品牌追随理论的广告诉求探讨；网络广告治理探析；报纸广告经营研究回顾；奥运广告营销的短期效应与长效作用分析；新时期广告学研究30年的历史与现状；贵州广告教学二十四年等。

## &lt;&lt;创新与开拓&gt;&gt;

## 书籍目录

主题演讲 中国广告观念三十年变化 对中国广告营销30年的简要回顾 三十而“逆”——中国广告创意30年回顾与展望 广告公司经营发展的历史轨迹、现实格局及未来趋势 中国媒介发展30年的宏观检视 实证与批判并重,推动以广告为本体的多元研究创新——对广告学研究方法的思考 广告监管30年回顾 寻求中国广告政策法律制度建设的新发展 中国广告教育30年回顾理论篇 中国广告理论研究三十年回眸 中国广告与消费者研究30年成果综述 欲望的分裂——30年中国消费文化嬗变 难忘的30年历程 中国广告观念之三十年变化 影响中国广告观念变革的因素及其表现 从广告到非广告:代理商理念与功能演变 广告定位理论在我国的传播与运用 广告哲学论 基于品牌追随理论的广告诉求探讨 品牌网络化推广的思考 品牌与广播媒体产业化 国际品牌本土化进程中的危机公关对民族品牌发展的启示 广告法律制度的回顾与展望 寻求消费心理与广告诉求一致的广告管理 浅析虚假广告罪的演变 我国烟草广告的法律规制 网络广告治理探析 博客广告相关法律问题初探 明星代言虚假广告的原因及理论思考 论广告明星的责任实务篇 中国广告产业政策及行业热点分析 30年,中国广告的媒体创新 垄断与创新——中国广告媒介三十年发展趋势研究 报纸广告经营研究回顾 创意:重拾文化自信——中国广告创意三十年 浅谈中国广告创意发展的30年 中国式组织识别系统(CIS)的创新研究 浅谈广告观念与广告功能演变的联系——广告实践27年回想 奥运广告营销的短期效应与长效作用分析 论广告的意识形态化——从宝马汽车电影广告看广告创意的嬗变 从神话原型到动漫产业品牌图腾 发挥省级电台优势 提高广播广告核心竞争力 优化、创新与再造——互动整合营销的创新发展兼析“LAVIDA朗逸”案例方法篇 论品牌延伸对市场份额和广告效率的影响——基于Smith-Park模型的实证分析研究 新闻传播发表体系中广告学术研究的量化与质化分析 现代学术浪潮中的慢读与开垦——作为学科事件或学术“褶子”的《广告研究》 主流与趋势:中国广告界对品牌问题的研究——以2000—2007年间《现代广告》与《中国广告》杂志为模本 关于创意本土化的观点和方法论 事件营销创造传播新境界——解析荣威2008“善舞冰雪间”雪灾专题教育篇 新时期广告学研究30年的历史与现状 从中国发展需要出发的广告设计教学任务的制定 关于中国广告学科教育模式的现状分析与思考 贵州广告教学二十四年 与时俱“变”谋发展——中国广告人需要“变”位思考

<<创新与开拓>>

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>