

<<中国文化与广告>>

图书基本信息

书名：<<中国文化与广告>>

13位ISBN编号：9787565704055

10位ISBN编号：7565704059

出版时间：2012-5

出版时间：中国传媒大学出版社

作者：崔银河 著

页数：149

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>

<<中国文化与广告>>

内容概要

《中国文化与广告(广告专业十二五规划教材)》编著者崔银河、崔燕。

文化是人类社会由古代愚昧状态进化到现代文明的进步标志，广告文化则是文化在广告的传播作用力下不断发展的一种文化与广告共生共融现象。

本书正是以此为研究对象，在细细探索数千年中国文化发展演变史的过程中，深入探讨中国广告在各朝历代所具有的独特文化魅力。

<<中国文化与广告>>

书籍目录

绪论

第一章 远古文化与广告

第一节 远古文化与广告的萌芽

第二节 夏商文化与广告

第二章 周朝及春秋战国时期文化与广告

第一节 周朝文化与广告

第二节 春秋战国文化与广告

第三章 秦汉文化与广告

第一节 秦代文化与广告

第二节 汉代文化与广告的发展

第四章 魏晋南北朝文化与广告

第一节 概述

第二节 魏晋南北朝文化与广告

第五章 隋唐文化与广告

第一节 概述

第二节 唐代文化与广告传播

第六章 宋代文化与广告

第一节 概述

第二节 宋代文化与广告传播(上)

第三节 宋代文化与广告传播(下)

第七章 元代文化与广告

第一节 概述

第二节 元代文化与广告传播(上)

第三节 元代文化与广告传播(下)

第八章 明代文化与广告

第一节 概述

第二节 明代文化与广告传播(上)

第三节 明代文化与广告传播(下)

第九章 清代文化与广告

第一节 概述

第二节 清代文化传播

第三节 清代文化与广告传播(下)

第十章 中国近现代文化与广告

第一节 中国近现代文化与广

第二节 现当代广告与文化

参考文献

<<中国文化与广告>>

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>