

<<龙媒广告选书·第一辑>>

图书基本信息

书名：<<龙媒广告选书·第一辑>>

13位ISBN编号：9787800706639

10位ISBN编号：780070663X

出版时间：2001-12

出版时间：中国物价出版社

作者：陈培爱

页数：387

字数：273000

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>

内容概要

本书初版于1997年，作为改革开放以来系统研究我国广告业发展历史和总结国外广告发展历史的一部基础理论著作，本书深得各界好评，成为广告史基础理论教育和研究的首选择教材和参考资料。

此次再版，既保留了第一版中受到广大使用者肯定的优异之处，又融入了作者近几年来对广告历史理论研究的最新成果。

本书分中外两部分、中国广告史部分上自原始社会，下至20世纪末，按照历史进程描述了广告在我国的发生、发展，并深入分析了其规律，对港、台两地和公益广告的发展历史也作了专章介绍；外国广告史部分除记述古代、近代广告的发展外还重点介绍了美、日、英、法、俄等国家和地区现代广告的发展，并对世界范围内广告的发展趋势作了展望。

作者简介

陈培爱：厦门大学新闻传播学系广告专业首任教研室主任、现任厦门大学传播研究所副所长、新闻传播系主任。

主编有《21世纪广告丛书》，并牵头承担完居国家教委“七五”科研项目“广告传播技巧研究”和国家社会科学基金项目“中国电视广告社会效益及其改进对策研究”。

书籍目录

让理想慢慢成长——代《龙媒广告选书》总序传播·广告·轨迹（前言）绪论第一编 中国广告史
第一章 原始社会末期到鸦片战争前的广告 第一节 奴隶社会及其以前的广告 第二节 战国至隋朝时期的广告 第三节 唐宋时期的广告 第四节 明清时期的广告 第二章 鸦片战争到建国前的广告 第一节 鸦片战争前后的广告 第二节 五四运动至30年代广告 第三节 抗日战争至建国前的广告 第四节 旧中国的广告管理 第三章 新中国成立以来的我国大陆广告（1949-1976） 第一节 国民经济恢复时期的广告（1949-1952） 第二节 社会主义改造时期的广告（1953-1956） 第三节 社会主义改造基本完成后的广告（1957-1965） 第四节 文化大革命中的广告（1966-1976） 第四章 新时期的我国大陆广告（1979年以后） 第一节 广告市场的恢复与发展 附录一：1981-1995年全国广告营业额增长情况 附录二：1981-1995年我国广告业发展总概况 第二节 广告媒介的发展 附录三：1981-1994年我国广告媒介发展情况比较 附录四：1994中国媒体广告营业额排序 第三节 广告公司的发展 附录五：1995年中国50家最大广告公司综合实力排序 附录六：1995年中国50家最大广告公司广告营业额排序 附录七：1995年中国大广告公司的主要服务范围和客户名单 第四节 广告代理制的发展 附录八：关于进行广告代理制试点工作的若干规定（试行） 第五节 广告行业组织的发展 附录九：中国广告协会组织机构 附录十：中国广告协会章程 附录十一：中国广告协会会员名单 附录十二：中国广告协会自律规则 附录十三：中国对外经济贸易广告协会会员关于出口广告工作的自律守则 第六节 广告管理法规的发展 附录十四：中华人民共和国广告法 附录十五：关于加快广告业发展的规划纲要 第七节 广告教育的发展 第五章 台湾地区广告简史 第一节 台湾地区广告演变史 第二节 台湾地区广告媒介概况 第三节 台湾地区广告管理法规 第四节 海峡两岸广告交流……

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>