

<<文化广告学>>

图书基本信息

书名：<<文化广告学>>

13位ISBN编号：9787801730770

10位ISBN编号：7801730771

出版时间：2002-6

出版人：国际文化出版公司

作者：陈月明

页数：415

字数：325000

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>

<<文化广告学>>

内容概要

本书的主要内容包括引论：高扬文化大旗开创广告新纪元、文化与广告、文化广告学、广告的文化功能、广告文化的表现、广告与传统文化、广告与时尚文化、广告与语言文化、广告与审美文化、广告的文化批评标准、广告人的文化素质等内容。

<<文化广告学>>

书籍目录

引论：高扬文化大旗开创广告新纪元

第一章文化与广告

第二章文化广告学

第三章广告的文化功能

第四章广告文化的表现

第五章广告与传统文化

第六章广告与时尚文化

第七章广告与语言文化

第八章广告与审美文化

第九章广告的文化批评标准

第十章广告人的文化素质

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>