

<<现代广告语言艺术>>

图书基本信息

书名：<<现代广告语言艺术>>

13位ISBN编号：9787810068857

10位ISBN编号：7810068857

出版时间：1994-09

出版时间：东北大学出版社

作者：杨柏

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>

# <<现代广告语言艺术>>

## 书籍目录

### 目录

#### 序

#### 第一章 语言文字在广告中的地位

##### 第一节 极强的表达功能

##### 第二节 多彩的审美效应

##### 第三节 久远的传播价值

#### 第二章 现代广告的语言特色

##### 第一节 真实准确

##### 第二节 雅俗兼备

##### 第三节 简明经济

##### 第四节 优美动听

##### 第五节 新奇独特

#### 第三章 现代广告语言运用的原则

##### 第一节 立诚可信

##### 第二节 切境适度

##### 第三节 和谐得体

##### 第四节 实用有效

#### 第四章 现代广告创意与语言艺术

##### 第一节 创意的本源

##### 第二节 创意的优化

##### 第三节 创意的语言

#### 第五章 现代广告标题与口号的语言艺术

##### 第一节 广告标题与口号的意义

##### 第二节 广告标题的语言艺术

##### 第三节 广告口号的语言艺术

#### 第六章 广告正文的语言艺术

##### 第一节 广告正文的结构

##### 第二节 广告正文的类型

##### 第三节 正文的语言表达技巧

#### 第七章 广播广告的语言艺术

##### 第一节 广播广告的特征

##### 第二节 广播广告词的写作原则

##### 第三节 广播广告的语言艺术

#### 第八章 电视广告的语言艺术

##### 第一节 电视广告语言的综合性

##### 第二节 电视广告与广播广告语言比较

##### 第三节 电视广告语言的协调艺术

#### 第九章 常用广告语体鉴赏

##### 第一节 简述体

##### 第二节 论说体

##### 第三节 文艺体

#### 第十章 强化广告作者的语言修养

##### 第一节 目前广告语言存在的问题

##### 第二节 关于语言能力结构

##### 第三节 语言学习的内容及方法

<<现代广告语言艺术>>

附录：现代广告作品选

主要参考书目

后记

<<现代广告语言艺术>>

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>