

<<广告英语一本通>>

图书基本信息

书名：<<广告英语一本通>>

13位ISBN编号：9787810783453

10位ISBN编号：7810783459

出版时间：2004-6

出版时间：对外经济贸易大学出版社

作者：王燕希编

页数：358

字数：288000

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>

<<广告英语一本通>>

内容概要

广告是一门浓缩的、综合的、商业性的艺术，广告英语作为一种应用语言，因其所具有的特殊效用，已逐渐从普通英语中独立出来而发展成为非规范化的专用语言，用词造句与普通英语也有许多差异，并随着广告的发展、时代的前进、科技的进步及社会的变更而变化。

笔者近期从美国回国，收集了最新的广告英语原始资料并改编成能体现英语语言丰富性和时代性的案例和文篇，从而向广大读者提供一个学习英语的生动、便捷的平台，使大家在欣赏和理解的过程中有效地提高英语水平和运用能力。

本书共分七章。

第一章为概述，主要介绍广告英语的起源、历史、功能以及实现媒介等方面的内容；第二章着重阐述广告英语语言的文体修辞和语气风格并进一步分析广告英语的具体语法特征及其与心理、翻译等方面之间的关系；第三章简述广告英语的一般结构和主要组成部分；第四章则对广告英语进行分类和具体演示，并针对不同的广告设计和文案加以点评和分析；第五章描述正蓬勃发展的网络英语广告并简介撰写网络英语广告的构思技巧和写作原则；第六章和第七章分别对优劣英语广告进行对比分析并推荐佳作以供读者欣赏和学习。

<<广告英语一本通>>

书籍目录

第一章 广告英语的发展历史 第一节 广告的起源 第二节 广告的定义 第三节 广告的功能 第四节 广告的分类 第五节 广告的实现媒介 第六节 广告媒介的特点 第七节 广告中心 第八节 案例思考 第九节 应用练习第二章 广告英语的文体风格和修辞手段 第一节 广告英语的诉求手段 第二节 广告英语的表现手法 第三节 广告英语的文体特征 第四节 广告英语的词汇特点 第五节 广告英语的句法特点 第六节 广告英语的写作原则 第七节 广告英语的语气特点 第八节 广告英语语言和心理 第九节 英汉广告的差异 第十节 广告英语的翻译 第十一节 广告英语的修辞 第十二节 案例思考 第十三节 应用练习第三章 广告英语的基本构成 第一节 广告的一般结构 第二节 广告英语的主要构成 第三节 广告英语标题的构成和写法 第四节 广告英语正文的构成和写法 第五节 广告英语口号的构成和写法 第六节 其他方面 第七节 广告英语商标的构成和写法 第八节 案例思考 第九节 应用练习第四章 广告英语的主要分类、演示及评析 第一节 商品目录 第二节 商务名片 第三节 分类广告 第四节 说明信 第五节 直邮信 第六节 传单 第七节 企业形象广告 第八节 报纸广告 第九节 新闻发布 第十节 广播和电视广告 第十一节 行业广告 第十二节 黄页广告第五章 网络广告英语 第六章 优劣英语广告对比与分析 第七章 广告英语佳作欣赏 附录一 广告英语常用表达法附录二 广告英语常用术语附录三 世界驰名商标(部分)

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>