

<<中国近现代经典广告创意评析>>

图书基本信息

书名：<<中国近现代经典广告创意评析>>

13位ISBN编号：9787810898744

10位ISBN编号：7810898744

出版时间：2005-3

出版时间：东南大学出版社

作者：林升栋

页数：127

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>

<<中国近现代经典广告创意评析>>

内容概要

《申报》汇聚了近现代商业广告创意的精华，本书即以《申报》每10年为一个跨度，共分8个时期来评析各种典型广告，每个时期都挖掘出某些价值的历史资料。

侧重从广告创意的角度深入来谈，涉及各行各业，配以大量广告图片，使之更加直观，加上作者本人结合当时历史背景及专业知识的点评，这些不同历史阶段的有代表性的广告活动实例和广告作品的剖析，为当前广告事业的发避孕药提供了很好的借鉴。

本书可供广告者参考，亦可作为高校广告课程教材之用。

作者简介

林升栋，男，中山大学管理学院市场营销系讲师，在职攻读心理学博士学位。

2000年毕业于厦门大学新闻传播系，获广告学硕士学位。

在《新闻与传播研究》、《新闻大学》、《现代广告》、《中国广告》、《销训与市场》、《广告大观》等杂志发表论文四十余篇，与人合著《广告策划艺术》一书。

<<中国近现代经典广告创意评析>>

书籍目录

一 1872-1879年：创意的种子尚在土壤中二 1880-1889年：创意的胚胎在发芽三 1890-1899年：徘徊的时期四 1900-1909年：小荷才露尖尖角五 1910-1919年：突飞猛进期六 1920-1929年：百花齐放，百家争鸣七 1930-1939年：创造力进入鼎盛期八 1940-1949年：强弩之末附录一：《申报》分类广告研究附录二：《申报》香烟广告研究附录三：《申报》名人广告研究

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>