

<<中外广告史课程辅导>>

图书基本信息

书名：<<中外广告史课程辅导>>

13位ISBN编号：9787810985130

10位ISBN编号：7810985132

出版时间：2005-12

出版时间：上海财经大学出版社

作者：郭杨

页数：383

字数：356000

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>

## <<中外广告史课程辅导>>

### 内容概要

本书为“高等教育自学考试广告专业辅导丛书”中的一种。

全书由中国广告史与外国广告史两大编构成，提纲挈地介绍了人类商业活动中广告的发展过程。

书中每一篇章均有“本章导读”，勾勒该篇章的脉络，有“学习要点提示”，以示学习该篇章所需掌握的重点，随后有“本章题典”“题典答案”，以助学员巩固学过的知识，最后有“导读资料”，以拓展学员的视野。

本书既可作为广告专业自学考试学员复习迎考之用，也可作为夜大学、本科生该专业学员复习时的参考用书。

本书以教材为主体，兼容学术性探讨与实践经验的总结，并提供一定量的习题供考生实践演练和热身，附上的参考答案多是为读者提供一个思考问题的角度与视域，希望读者能以此为契机引燃自己创造性的灵感火花。

<<中外广告史课程辅导>>

书籍目录

总序 导读 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 本章导读 学习要点提示 一、奴隶社会及其以前的广告 二、战国至隋朝时期的广告 三、唐宋时期的广告 四、明清时期的广告 本章题典 题典答案 导读资料 第二章 鸦片战争到新中国成立前的广告 本章导读 学习要点提示 一、鸦片战争前后的广告 二、戊戌维新前后的广告 三、辛亥革命前后的广告 四、五四运动至20世纪30年代的广告 五、抗日战争至新中国成立前的广告 六、旧中国的广告业管理 第三章 新中国成立以来的我国广告(1949-1976) 第四章 新时期我国广告(1979年以后) 第五章 台湾地区广告简史 第六章 香港地区的广告 第七章 公益广告 第二编 外国广告史 第八章 外国广告发展的演变 第九章 美国广告发展史 第十章 日、英、法、俄等国的广告 第十一章 国际广告组织与管理 第十二章 21世纪全球广告趋势 《中外广告史》模拟试卷及参考答案 参考文献

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>