

<<中外广告发展简史>>

图书基本信息

书名：<<中外广告发展简史>>

13位ISBN编号：9787811272048

10位ISBN编号：7811272040

出版时间：2008-6

出版时间：中国传媒大学出版社

作者：崔银河 主编

页数：235

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>

<<中外广告发展简史>>

内容概要

基于高等院校广告发展史的教学目的，本书尽量有别于同类书籍，对中外广告发展简史作一番概述，力图使学生和读者对中外广告发展史有一个全方位了解与把握。

<<中外广告发展简史>>

书籍目录

上编 中国广告史 第一章 远古至夏广告史 第一节 世界上最早的广告在中国古代社会 第二节 远古至夏广告史 第二章 商、周、秦三代广告史 第一节 商代广告史 第二节 周代广告史 第三节 秦代广告史 第三章 汉代至隋代广告史 第一节 汉代广告史 第二节 三国两晋广告史 第三节 南北朝、隋朝广告史 第四章 唐代至五代广告史 第一节 唐代广告史 第二节 五代广告史 第五章 宋、元、明广告史 第一节 宋代广告史 第二节 元代广告史 第三节 明代广告史 第六章 清代至民国时期广告史 第一节 清初至鸦片战争前广告史 第二节 近现代广告史 第七章 新中国成立至“文革”广告史 第一节 “十七年”广告史 第二节 “文革”时期广告史 第八章 新时期广告史 第一节 新时期广告业发展概述 第二节 广告公司发展概况 第三节 广告媒介的发展 第四节 广告管理与对外交流 第九章 台湾地区广告史 第一节 台湾地区广告史概述 第二节 台湾地区广告媒介和各类广告概况 第三节 台湾地区广告管理法规 第四节 海峡两岸广告交流 第十章 香港特别行政区广告史 第一节 香港地区广告发展概况 第二节 香港地区广告媒介 第三节 香港地区广告公司概况 第四节 香港地区广告管理 下编 外国广告史 第十一章 美国广告史 第一节 美国广告史概述 第二节 广告理论的发展 第三节 广告公司发展概况 第四节 广告媒介概述 第五节 美国的广告管理 第六节 广告学高等教育 第十二章 加拿大及南美国广告史 第一节 加拿大广告史 第二节 墨西哥广告史 第三节 巴西广告史 第四节 阿根廷广告史 第十三章 欧洲主要国家广告史 第一节 英国广告史 第二节 法国广告史 第三节 德国广告史 第四节 意大利广告史 第十四章 俄罗斯广告史 第一节 俄罗斯广告史概述 第二节 广告媒介 第三节 广告法规与管理 第十五章 东欧国家广告史 第十六章 日本广告史 第十七章 亚洲其他国家广告史 第十八章 非洲国家广告史 第十九章 大洋洲国家广告史主要参考文献

<<中外广告发展简史>>

章节摘录

上编 中国广告史 第一章 远古至夏广告史 第一节 世界上最早的广告在中国古代社会

《中外广告史》早已成为国内各高等院校广告学本科专业的一门基础必修课，因而如何让学生更好地把握中国广告历史的发展脉络并提出自己的思考，是本门课所要解决的首要问题。

同时，在掌握中国广告发展历史的同时能够对国外主要发达国家的广告发展历史和现状有较多了解，以此来纵向、横向比较中国广告业与国外广告业之间的发展差距；找出差距，奋力追赶，缩小差距，这同样是广告学专业大学生所应把握的一个知识点。

由此看来，学好《中外广告史》这门专业基础课就是必须的事了。

当我们在学习、谈论广告发展历史的时候，总要不约而同地问到一个问题，世界上到底是从什么时候开始有了广告？

世界上最早的广告是什么时候出现的？

出现在什么地方？

是一种什么样的广告诉求？

这不仅是广告从业人员、广告学者、广告学专业大学生非常想要搞懂的一个问题，同时也是所有对广告怀有浓厚兴趣的人想要知道的事。

因而这也是本书想要论说的第一个问题。

谈到世界上最早的广告，有一点是不会有人质疑的，那就是广告肯定起源于远古人类有了剩余物资并且需要和别人交换的时候，因为当最早的原始人类终日辛苦之后所得物质资料仅够勉强维持自己最低的生活必需，甚至常常连最低生活必需都维持不了时，那就不可能有东西拿来和别人交换，自然不会用广告的形式去促成自己想要的交换过程。

.....

<<中外广告发展简史>>

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>