

《广告学报（第5辑）》

图书基本信息

书名：《广告学报（第5辑）》

13位ISBN编号：9787561537671

10位ISBN编号：7561537670

出版时间：2010-12

出版社：陈培爱 厦门大学出版社（2010-12出版）

作者：陈培爱 编

页数：106

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

内容概要

《广告学报(第5卷·第1辑)》主要内容简介：互联网环境下消费者信息认知路径探索、影响网络媒体品牌选择的因素研究、强势媒体广告资源品牌化推广模式探究、国内外品牌个性比较研究、房地产广告诉求研究、美国广告法史初探、全景细节数据在网络精准营销中的价值与应用等。

书籍目录

热帖传播：基于“贾君鹏”的个案研究
SNS网站用户黏性影响因素研究
互联网环境下消费者信息认知路径探索
影响网络媒体品牌选择的因素研究
强势媒体广告资源品牌化推广模式探究
国内外品牌个性比较研究
房地产广告诉求研究
2009年广告专业杂志焦点问题探析
美国广告法史初探
全景细节数据在网络精准营销中的价值与应用
广告视觉修辞分析
从视觉文化角度对广告文本发展史的梳理
基于胜任特征分析的广告人才培养
加强广告学专业创业型人才培养，主动适应浙江经济社会发展——“浙江省广告学专业建设与教学改革”论坛综述

章节摘录

版权页：插图：从而产生学习的正迁移的非美术专业广告设计人才的培养的成功经验。浙江大学城市学院赛来西·阿不都拉和张健康老师的《网络广告人才培养的构想》，介绍了他们根据网络时代新媒体的日新月异，把互联网发展的趋势和人才培养的紧迫性结合起来，探讨广告学专业着重在网络广告人才培养方面所做的改革和调整。浙江农林大学的孙文清老师在《地方高校广告学专业应用型人才培养的理论与实践——浙江林学院广告学专业教学改革的基本经验》一文中，具体介绍了他们的广告学专业如何围绕应用型人才的培养定位，联系行业实际，开展教学改革，促进学生专业素养提升，形成了“四年不断线，三个层次相呼应，三大措施为保障”的基于学科竞赛的广告学专业技能训练模式。这个模式的价值就在于有利于提高广告学专业人才培养的质量和适应性，有利于广告学专业技能培养的系统化、规范化，有利于学生创新精神与创新能力的培养，有利于整合广告教育资源，实现知识向智慧的转化，也有利于学生将来就业。浙江农林大学储婷婷老师的《媒介融合时代下的广告人才培养》一文认为媒介融合使当代广告学涉及的知识和技能领域广度和深度不断加强，使得广告人才的培养在课程设置、教学理念和教学平台都将产生新的变化和融合同时，大家也一起探讨了各高校在广告学专业建设和教育教学中存在的一些亟待解决的共性问题，比如广告学专业建设与教学改革中的广告学科地位、教育资源整合、实践教学开展及职业素养培养等问题。浙江大学胡晓云博士认为目前广告学学科建设和专业教育面临的三大问题：一是研究和就业如何平衡；二是专业学习和能力培养孰轻孰重；三是学科导向还是市场导向。浙江工业大学许伟杰老师认为眼下的广告教育缺乏特色，缺乏实效，无法匹配有特色的浙江经济模式，广告学教育要转型，亟待形成有浙江特色的广告教育模式。浙江理工大学郑伟老师认为广告教育毕竟是教育而不是经商，不能过分强调能力培养，忽视基础知识，否则广告学走不远。因此，坚持传统广告学教育模式是必要的、有效的，仍有很大的发展空间。

编辑推荐

《广告学报(第5卷·第1辑)》：热帖传播：基于“贾君鹏”的个案研究SNS网站用户黏性影响因素研究
互联网环境下消费者信息认知路径探索影响网络媒体品牌选择的因素研究强势媒体广告资源品牌化推广模式探究国内外品牌个性比较研究房地产广告诉求研究2009年广告专业杂志焦点问题探析美国广告法史初探全景细节数据在网络精准营销中的价值与应用广告视觉修辞分析从视觉文化角度对广告文本发展史的梳理基于胜任特征分析的广告人才培养

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:www.tushu000.com