

《当代北京广告史》

图书基本信息

书名：《当代北京广告史》

13位ISBN编号：9787509202128

10位ISBN编号：7509202124

出版时间：2008-1-23

出版社：中国市场出版社

作者：北京广告协会

页数：545页

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

目录

绪论

第一卷

概述

社会经济环境篇

第一章 北京全面展开经济体制改革

第一节 经济体制开始转型，改革成效初步显露

第二节 北京经济稳步发展，大力开展城市建设

一、经济平稳发展，产业结构改变

二、基础设施建设取得成功，居民生活环境得到改善

第三节 消费类生产与建设项目日渐增多

第四节 居民生活得到改善，消费结构发生变化

一、人口规模扩大，消费市场扩大

二、收入水平提高，恩格尔系数下降

三、饮食消费追求数量增加，高档食品成为馈赠佳品

四、服装消费水平较低，样式色彩逐渐丰富

五、主流耐用消费品“三转一响”

六、美容化妆走出“文化大革命”模式，体育健身逐渐成为时尚

七、文化休闲娱乐消费出现新气象

广告主篇

第二章 改革开放初期的北京地区广告主

广告公司篇

第三章 北京地区广告代理业的起步

广告媒体篇（上）：广播电视

第四章 广播电视媒体恢复广告业务概况

广告媒体篇（下）：报纸杂志

第五章 报纸广告的恢复与初期发展

第六章 当代杂志及其广告经营

广告学术与广告教育篇

第七章 广告学术活动与广告教育的重新起步

政府监管与行业组织篇

第八章 政府依法监管，逐步规范广告市场

第二卷

概述

社会经济环境篇

第九章 经济体制改革进一步深化并取得良好效果

广告主篇

第十章 广告主的成长及广告重心的转移

广告公司篇

第十一章 成长中的广告代理业

广告媒体篇（上）：广播电视

第十二章 广告电视广告初步形成产业规模

广告媒体篇（下）：报纸杂志

第十三章 报纸族群的壮大与报纸广告的成长

第十四章 杂志广告的进一步发展

广告学术与广告教育篇

第十五章 广告学术与教育、培训的不断推进

政府监管与行业组织篇

第十六章 治理整顿广告经营秩序，完善监管规章制度

第十七章 北京广告行业组织诞生

第三卷

概述

社会经济环境篇

第十八章 经济体制改革的重大转变

广告主篇

第十九章 变化中的广告主

广告公司篇

第二十章 广告公司呈现多元化快速发展态势

广告媒体篇（上）：广播电视

第二十一章 广告电视广告的快速发展

广告媒体篇（下）：报纸杂志

第二十二章 报纸广告蓬勃发展

第二十三章 杂志广告经营模式的变化

广告学术与广告教育篇

第二十四章 广告学术的兴盛与广告教育的迅猛发展

政府监管与行业组织篇

第二十五章 不断改革完善的广告市场监督

第二十六章 全面开创新局面，发挥桥梁与纽带作用

第四卷

要命述

社会经济环境篇

第二十七章 北京现代化建设进入新的发展阶段

广告主篇

第二十八章 品牌营销博弈中的广告主

广告公司篇

第二十九章 经济全球化趋势下的广告公司

广告媒体篇（上）：广播电视

第三十章 新时期的广播电视广告

广告媒体篇（中）：互联网

第三十一章 北京地区互联网广告的勃勃生机

广告媒体篇（下）：报纸杂志

第三十二章 报纸广告的现状与趋势前瞻

第三十三章 杂志广告的现状与发展态势

广告学术与广告教育篇

第三十四章 新时期的广告学术与广告教育

政府监管与行业组织篇

第三十五章 新时期的广告监管

第三十六章 行业组织日益发挥重要作用

结束语

后记

《当代北京广告史》

精彩短评

1、序二写的尤好。

《当代北京广告史》

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:www.tushu000.com