

《广告学概论》

图书基本信息

书名：《广告学概论》

13位ISBN编号：9787300163079

10位ISBN编号：7300163076

出版时间：2012-11

出版社：中国人民大学出版社

作者：王菲

页数：302

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

《广告学概论》

内容概要

《广告学概论》充分洞悉当前广告业的变化及其规律，在变化的逻辑上进行前瞻性的引导，力图区别于以往同名教材的立意。

从结构上来说，《广告学概论》梳理了广告学的主体知识结构，包括内涵界定、历史发展、静态的系统形态、动态的活动流程、活动的主体环节等，通过十二章内容尽量覆盖了广告活动的时间和空间维度、表象和机理、局部和整体，并做到清晰和简洁，保证学习者对知识系统的全面掌握。从撰写上来说，本教材以简明、精要为宗旨，每一节的内容围绕核心知识点进行阐述，并配以典型案例，以方便学习者理解。本教材由王菲编著。

书籍目录

- 第一章 广告的内涵和功能
 - 第一节广告的基本含义和特性
 - 第二节广告的分类
 - 第三节广告的功能与价值
- 第二章 广告学的相关学科
 - 第一节广告学与市场营销学
 - 第二节广告学与传播学
 - 第三节广告学与心理学
 - 第四节广告学与社会学
- 第三章 广告发展史
 - 第一节广告活动发展的动因
 - 第二节 中外广告活动的演进
- 第四章 广告业形态
 - 第一节广告业形态及广告活动相关角色
 - 第二节广告主
 - 第三节广告公司
 - 第四节广告媒体
 - 第五节广告交易制度
- 第五章 广告活动
 - 第一节广告活动要素
 - 第二节广告活动流程
 - 第三节整合营销传播
- 第六章 广告调查
 - 第一节广告调查概述
 - 第二节广告调查的类型
 - 第三节广告调查的方法
 - 第四节广告调查方案设计与实施
- 第七章 广告创意与表现
- 第八章 广告媒介
- 第九章 公共关系
- 第十章 广告与品牌
- 第十一章 广告效果
- 第十二章 广告管理

第一节 广告的基本含义和特性 一、广告概念的流变 广告的英文单词advertising源于拉丁文的adverture，意思是“唤起大众对某种事物的注意，并诱导于一定的方向所使用的一种手段”。“广告”的另外一个英文单词是advertisement，出现于1655年前后，用于《圣经》中，为“注意和警示”之意。通常advertising指的是整体的广告活动，advertisement指的是单独的广告作品。在中国，按目前的考证，“广告”一词最早见于1907年的《政治官报章程》。这时广告的含义只是“广泛地宣告”之意。“广告”一词约在20世纪初开始使用和流行，最初advertising被译为“告白”、“告贴”等。

随着广告活动的发展，不同时期的广告定义体现出不同时期的广告操作特征和广告功能，也体现出人们对于广告的渐进性理解和应用。1890年以前，西方社会公认的广告定义是“有关商品或服务的新闻”（news about product or service）。这个阶段，印于报纸之上的广告是被当做“新闻”来应用的，简单的广告信息所起到的作用只是“告知”。1894年，被称为美国现代广告之父的阿尔伯特·拉斯克尔（Albert Lasker）说，广告是“印刷形态的推销手段”（salesmanship in print），此时，强化了广告对于“促进商品销售”功能的认识。1919年，马歇尔（A.Marshall）提出了“建设性广告”和“斗争性广告”，表达的是广告要着眼于消费者的需求。1924年，日本学者中山静提出：“广告宣传的目的是劝诱人们对某一特定事情产生或增强信心，使他们赞成或坚决执行。要达到这个目的与广告宣传的次数有关系，如果使用的方式、方法和时机得当，即使广告的次数少一些，也会得到满意的效果。”这认识到了广告要有策略性。1926年，我国著名报学史专家戈公振在研究中国报学史过程中，提出了对广告的看法：“广告为商业发展之史乘，亦即文化进步之纪录。人类生活，因科学之发明日趋于繁密美满，而广告即有促进人生与知道人生之功能。故广告不仅为工商界推销产品之一种手段，实负有宣传文化与教育群众之使命也。”而现在通行的广告定义来源于1948年美国营销协会下属的定义委员会（The Committee on Definitions of the American Marketing Association）所下的定义，于之后又做过几次修改，即“广告是由可确认的广告主，对其观念、商品或服务所做的任何方式的付款的非人员性的陈述与推广”。……

《广告学概论》

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