

《广告文化学教程》

图书基本信息

书名：《广告文化学教程》

13位ISBN编号：9787561460368

10位ISBN编号：7561460368

出版时间：2012-9

出版社：四川大学出版社

作者：陈卓 编

页数：205

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

《广告文化学教程》

内容概要

陈卓主编的《广告文化学教程》分为七个章节，就广告受众的文化心理，广告文化与核心价值观的关系，广告文化中的诗歌、戏剧、散文、小说等文学元素，广告文化中的音乐、舞蹈、美术等艺术元素，广告文化中的民俗文化元素，以及中外广告文化融合等作了系统阐述，并对一系列典型案例给予介绍和评析。旨在帮助学生较系统地掌握广告文化学的基本知识，培养学生运用各种文化元素从事广告策划与创意的基本能力，促进学生形成提升人文修养和创新能力的自觉意识。希望本书除作为广告专业、市场营销专业的教材外，还能为广大广告从业人员提供一点参考和帮助。

书籍目录

第一章 广告文化学概述

第一节 文化学概述

- 一、文化的定义
- 二、文化的基本特征
- 三、文化的功能
- 四、文化的分类
- 五、文化学的研究对象

第二节 广告学概述

- 一、广告的定义
- 二、广告的特征
- 三、广告的功能
- 四、广告的分类
- 五、广告学的研究对象

第三节 广告文化与广告文化学

- 一、广告文化的定义
- 二、广告文化的特征
- 三、广告文化学及其研究对象

第二章 广告受众的文化心理

第一节 文化语境中的受众心理

- 一、语境及广告文化语境的含义
- 二、从广告文化语境透视广告受众的文化心理
- 三、广告受众的文化性格

第二节 广告受众的传统思维方式

- 一、传统思维方式概述
- 二、传统思维方式在广告传播中的体现
- 三、现代广告助国人突破传统思维定势

第三节 广告受众的传统审美情趣

- 一、受众的审美情趣直接制约广告审美功能的实现
- 二、含蓄蕴藉的审美情趣赋予现代广告深厚的文化意蕴
- 三、崇尚生命律动的审美情趣带来现代广告的视觉张力
- 四、追求自然观照、物我一体的审美情趣透视出现代广告的深邃意境
- 五、提倡情理统一、倡导寓理于情的审美情趣体现出现代广告的人文气息

第四节 不同广告受众群体的文化倾向

- 一、广告传播的受众理论——社会分类理论
- 二、受众文化程度差异的广告文化倾向
- 三、受众年龄差异的广告文化倾向
- 四、受众性别差异的广告文化倾向

第三章 广告文化与核心价值观

第一节 广告传播与价值观的互动关系

- 一、价值观的含义及核心内容
- 二、广告传播与价值观的互动关系

第二节 广告文化中折射的传统价值观

- 一、广告文化中折射的儒家传统价值观
- 二、广告文化中折射的道家传统价值观
- 三、广告文化中折射的佛教禅宗的“修禅”价值观
- 四、广告文化中折射的墨家传统价值观
- 五、广告文化中折射的法家传统价值观

- 六、广告文化中折射的名家传统价值观
- 七、广告文化中折射的纵横家学说价值观
- 八、广告文化中折射的阴阳家学说价值观

第三节 广告文化反映的西方价值观

- 一、财富价值观的重塑
- 二、平等竞争，合理逐利
- 三、张扬个性的反叛
- 四、消费就是生活

第四章 广告文化中的文学元素

第一节 广告文化中的诗歌元素

- 一、诗歌简介
- 二、古代诗歌的广告传播作用
- 三、现当代的广告诗
- 四、楹联广告

第二节 广告文化中的小说元素

- 一、小说的含义
- 二、小说的特点
- 三、现代广告中的小说元素

第三节 广告文化中的散文元素

- 一、散文的含义
- 二、散文的特点
- 三、现代广告中的散文元素

第四节 广告文化中的戏剧文学元素

- 一、戏剧文学的含义
- 二、戏剧文学的基本特点
- 三、戏剧文学元素在广告中的运用

第五节 广告文化中的网络语言元素

- 一、网络语言概述
- 二、网络语言的特有语体
- 三、现代广告文化中的网络语言元素
- 四、网络语言对现代广告文化的负面影响

第五章 广告文化中的艺术元素

第一节 广告中的音乐元素

- 一、音乐简介
- 二、音乐元素在广告中的运用

第二节 广告文化中的舞蹈元素

- 一、舞蹈简介
- 二、舞蹈元素在广告中的运用

第三节 广告文化中的绘画元素

- 一、绘画简介
- 二、广告中的绘画元素

第四节 广告文化中的雕塑元素

- 一、雕塑简介
- 二、广告中的雕塑元素

第五节 广告文化中的书法元素

- 一、书法简介
- 二、广告中的书法艺术

第六章 广告文化中的民俗元素

- 一、民俗的概念

二、民俗的特征

三、民俗的文化功能

四、民俗的分类

第一节 广告文化反映的语言民俗

一、语言民俗的概念

二、语言民俗的种类

三、语言民俗在广告中的运用

第二节 广告文化反映的节庆风俗

一、什么是节庆

二、节日的形成与发展

三、节日的类型

四、节庆习俗在广告中的运用

第三节 广告文化反映的礼仪习俗

一、什么是礼仪

二、传统礼仪的主要内容

三、礼仪习俗在广告中的运用

第四节 广告文化折射的禁忌习俗

一、什么是禁忌

二、禁忌的作用

三、现代常见禁忌习俗简介

四、禁忌习俗在广告中的反映

第七章 中外广告文化的融合

第一节 舶来品广告中的中华文化

第二节 西方文化对我国广告文化的影响

一、中西方广告及文化的差异

二、西方文化对我国广告文化的影响

第三节 广告对传统文化的传承

一、广告是文学艺术推广的媒介

二、广告作品是文学艺术传播的辅助载体

三、广告对文学艺术传承的局限

参考文献

后记

《广告文化学教程》

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