

《外国广告发展史》

图书基本信息

书名：《外国广告发展史》

13位ISBN编号：9787810855174

10位ISBN编号：7810855174

出版时间：2006-1

出版社：北京广播学院出版社

作者：文春英

页数：258

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

《外国广告发展史》

内容概要

《外国广告发展史》内容简介：有人认为广告是十分现代的东西，它有什么历史？广告的历史有多长？这取决于怎么给广告下定义。从传播的角度理解广告，广告是一种传播活动，是一种特殊的传播活动。广告的传播过程是从人类的基本传播过程发展而来的。人类从出生第一声啼哭开始，我们的生存就有赖于我们告诉别人、说服别人、吸引别人注意力的能力。从营销的层面理解广告，就是大多数人所认识的现代商业广告的概念……

《外国广告发展史》

书籍目录

总序引言第1章：古代第一节：巴比伦、亚述第二节：腓尼基第三节：埃及第四节：古希腊第五节：罗马第2章：中世纪～16世纪第一节：行会第二节：叫喊人与叫卖第三节：纹章：与招牌37第四节：早期的印刷广告第3章：17世纪第一节：新闻书第二节：广告中介第三节：报纸的产生第4章：18世纪第一节：日报的时代第二节：咖啡馆的报纸广告第三节：日报及日报广告的发展18世纪的北美殖民地广告第5章：19世纪美国广告的发展第一节：报刊的大众化第二节：镀金时代第6章：20世纪初～第二次世界大战时期美国广告的发展20世纪初～第一次世界大战时第二节：繁荣的20世纪20年代第三节：大萧条和第二次世界大战时期的广第7章：第二次世界大战后美国广告的发展第一节：1945年至1960年第二节：1960年至1975年第三节：1975年至1990年第四节：1990年至2000年第8章：日本广告的发展第一节：日本早期广告的形式第二节：甲午战争～第二次世界大战期间的广告第三节：第二次世界大战后日本广告的发展第9章：现代韩国广告的发展第一节：解放至恢复期（1945-1969）第二节：大发展时（1970-1989）第三节：开放的时代（1990-今）

《外国广告发展史》

编辑推荐

《外国广告发展史》是关于外国广告发展史的探讨与研究。

《外国广告发展史》

精彩短评

- 1、枯燥的书
- 2、已经买不到原版了，看的是复印版。有空整理笔记。
- 3、有一定趣味的书
- 4、我承认凑书单很猥琐，但猥琐就猥琐吧。。泪。。
- 5、框架清晰，讲得很细致。
- 6、岂止是读过。。。背过好几遍了都。。。

《外国广告发展史》

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