

<<中国广告史>>

图书基本信息

书名：<<中国广告史>>

13位ISBN编号：9787040174953

10位ISBN编号：7040174952

出版时间：2005-10

出版时间：高等教育出版社

作者：赵琛

页数：422

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：<http://www.tushu007.com>

<<中国广告史>>

内容概要

《中国广告史》作为高等教育“十五”国家级规划教材、百门精品教材建设计划之一，是我国首部全面展现中国广告史的普及性著作，本书深入浅出，图文并茂，从广告的自然属性入手，记录了从远古时代至新中国的广告发展历程，系统论述了中国广告经历的内容与形式的历史沿革。书中列举了大量的广告历史证物图片，这些证物资料绝大部分精选于作者十余年的广告实物与历史文献收藏。

作为教材，本书不仅是对中国广告历史全貌的客观翔实的阐述，更是对于中国广告文明成果的检阅，它将引领读者步入异彩纷呈的中国广告历史之旅。

本书版式设计新颖，配有全彩插图。

书后(封三)附赠学习卡，学生可以凭其用户名和密码登陆高等教育出版社立体化教材网站，网站将提供精心制作的文字、图片、习题、学科信息及各种拓展资源，学生可以随时进行自主式个性化学习，获得更多的学习资源，提高学习效果，增强学习乐趣。

本书可作为高校广告、艺术设计等专业的教材，还可供广大广告、艺术设计从业人员以及一切有志于广告、艺术设计事业的人士阅读。

<<中国广告史>>

作者简介

赵琛 东北大学艺术学院教授，硕士生导师，辽宁省十大杰出青年，沈阳市政协委员。

著作：《品牌学》（2003年版）、《现代广告设计》（2002年版）、《中国近代广告文化》（2001年版、2002年再版）、《经营·文化·设计》（1998年版）。

主编：《中国品牌年鉴》。

书籍目录

总论第一章 远古时代（早于公元前2070年）第一节 中国广告的起源第二节 远古时代的广告现象第二章 夏商周时期（公元前2070—前771年）第一节 夏朝的广告现象（2070-前1600年）第二节 商朝的广告现象（公元前1600-前1046年）第三节 西周的广告现象（公元前1046-前771年）第三章 春秋战国时期（公元前771—前221年）第一节 春秋战国时期广告发展的历史背景第二节 旗帜广告第三节 图腾广告第四节 立法广告第五节 名人广告第六节 器物上的广告第四章 秦进（公元前221—前206年）第一节 秦朝广告发展的历史背景第二节 天下一统的广告第三节 图腾广告第四节 物勒工名的制度第五节 标记广告第六节 都江堰水利工程的广告第七节 长城、直道、军报系统广告第五章 汉朝（公元前206—前220年）第一节 汉朝广告发展的历史背景第二节 汉朝的广告活动第六章 三国、两晋、南北朝时期（220—581年）第一节 三国、两晋、南北朝时期广告发展的历史背景第二节 三国、两晋、南北朝时期的广告活动第七章 隋唐五代十国时期（581—960年）第一节 隋唐五代十国时期广告发展的历史背景第二节 隋唐五代十国时期的广告活动第八章 宋辽金西夏时期（960—1279年）第一节 宋辽金西夏时期广告发展的历史背景第二节 宋辽金西夏时期蓬勃发展的广告业第九章 元朝（1271—1368年）第一节 元朝广告发展的历史背景第二节 元朝的广告事业第十章 明朝（1368—1644年）第一节 明朝广告发展的历史背景第二节 明朝的广告事业第十一章 清朝（1644—1911年）第一节 清朝广告发展的历史背景第二节 旗帜广告第三节 图腾广告第四节 名款广告第五节 户外广告……第十二章 民国时期（1912—1949年）第十三章 中华人民共和国（1949年—70年代）人物志参考书目后记

<<中国广告史>>

编辑推荐

本书作为高等教育“十五”国家级规划教材、百门精品教材建设计划之一，是我国首部全面展现中国广告史的普及性著作，本书通过大量的广告历史证物图片，记录了从远古时代至新中国的广告发展历程，也对中国广告历史的全貌进行了客观、翔实的阐述，并系统地论述了中国广告经历的内容与形式的历史沿革。

本书可作为高校广告、艺术设计等专业的教材。

<<中国广告史>>

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:<http://www.tushu007.com>