

<<中国当代广告史>>

图书基本信息

书名：<<中国当代广告史>>

13位ISBN编号：9787535725615

10位ISBN编号：7535725619

出版时间：1999-9

出版时间：湖南美术出版社

作者：余虹 邓正强

页数：244

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>

<<中国当代广告史>>

内容概要

本书目录简介：上篇中国大陆广告的复兴，中篇现代广告探索期的早期工作，下篇现代广告探索期的动荡与发展。

<<中国当代广告史>>

作者简介

余虹 1957年生，四川开江人，文学博士，复旦大学博士后，海南大学文学院院长、教授。曾出版学术专著多部，发表学术论文多篇。

邓正强 1962年生，湖南益阳人，1987年毕业于景德镇陶瓷学院美术系设计学专业，曾任教于湖南城市建设学院。

1989年南下，先后在中山市怡华集团、小霸王电器公司、广东爱多电器公司从事市场营销和广告策划等工作。

<<中国当代广告史>>

书籍目录

上篇

中国大陆广告的复兴

第一章 时代转折与广告复兴

第二章 为广告正名

第三章 广告操作初步 中篇 现代广告探索期的早期工作

第四章 走向现代广告 第五章 现代广告观念的雏型

第六章 北广模式与广告的现代转折

第七章 现代广告策划与运作的早期尝试

第八章 现代广告创意与设计的突破性探索

下篇 现代广告探索期的动荡与发展

第九章 广告的动荡与发展

第十章 理论的深入与实践的反思

第十一章 奇招异术与轰动效应

第十二章 走向精巧的品牌战略

第十三章 中国式CI实践

<<中国当代广告史>>

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>