<<广告哲学>>

图书基本信息

书名：<<广告哲学>>

13位ISBN编号：9787565704048

10位ISBN编号：7565704040

出版时间：2012-5

出版时间：中国传媒大学出版社

作者：崔银河

页数：150

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>

<<广告哲学>>

内容概要

《广告专业“十二五”规划教材：广告哲学》首次将广告学纳入哲学框架以哲学视角进行研究，通过“广告美学”、“广告思维学”、“广告道德学”、“广告哲学”、“技术哲学与广”等章阐述，力图将广告学研究推进到一个更高层次，以探索出其发展变化中的本质规律，力图对广告学做出科学严谨之总结，并试图以此理论更好地指导人们的广告活动实践。

<<广告哲学>>

书籍目录

绪论

第一章 广告美学

第一节 概述

第二节 广告美学

第三节 受众审美接受论

第二章 广告思维学

第一节 概述

第二节 思维与广告

第三章 广告道德学

第一节 概述

第二节 广告道德与精神文明建设

第四章 广告哲学

第一节 广告定位、广告策划与哲学

第二节 马克思主义哲学与广告

第三节 综述

第五章 技术哲学与广告传播

第一节 技术哲学与广告媒体

第二节 综述

参考文献

第三节 综述

第五章 技术哲学与广告传播

第一节 技术哲学与广告媒体

第二节 综述

参考文献

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>