第一图书网, tushu007.com

# <<中国广告史>>

## 图书基本信息

书名：<<中国广告史>>

13位ISBN编号：9787810855969

10位ISBN编号：7810855964

出版时间：2005-12

出版时间：中国传媒大学出版社

作者：许俊基

页数：315

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

第一图书网, tushu007.com



## 内容概要

《中国广告史》分四篇介绍了中国广告的发展史，让中国广告史成为独立完整的学科，这是广告事业发展的需要，也是社会主义广告事业和时代发展的客观要求。

第一图书网, tushu007.com



## 作者简介

中国传媒大学教授(已离休)、中国广告协会学术委员会委员、国际广告学会会员。
1989年起从事广告史教学，广告方面的著述有《中外广告的发展与演变》载《现代广告全书》、《CIS的发展与国别模式》等。

# <<中国广告史>>

## 书籍目录

前言第一编 奴隶社会、封建社会时期的广告第一章 先秦和秦汉时期的广告 第一节 五帝时期的广告活动 第二节 夏代的广告 第三节 商代的广告 第四节 西周时期的广告 第五节 春秋时期的广告 第六节 战国时期的广告 第七节 秦代的广告 第八节 西汉时期的广告 第九节 东汉时期的广告第二章 魏晋南北朝时期的广告 第一节 东汉末三国鼎立时期的广告 第二节 西晋时期的广告 第三节 东晋时期的广告 第四节 南朝时期的广告 第五节 北朝时期的广告第三章 隋唐五代时期的广告 第一节 隋代的广告 第二节 唐代的广告 第三节 五代十国时期的广告第四章 宋辽夏金元时期的广告 第一节 北宋时期的广告 第二节 南宋时期的广告 第三节 辽国的广告 第四节 西夏国的广告 第五节 金国的广告 第六节 元代的广告第五章 明及清初时期的广告 第一节 明代时期的广告 第二节 南明时期的广告 第三节 清代中期以前的广告第二编 资本主义萌芽时期的广告第六章 晚清时期的广告 第一节 中国社会性质的变化 第二节 清中叶到晚期的广告第七章 民国初期的广告 第一节 辛亥革命前夕的广告 第二节 民国初期的广告第八章 五四时期的广告 第一节 五四运动对中国的影响 第二节 五四运动时期的广告第九章 民国中后期的广告 第一节 五四运动以后的广告 第二节 国统区的广告 第三节 红色革命根据地的广告 第四节 抗日时期国统区的广告 第五节 伪满洲国和沦陷区的广告 第六节 抗日根据地和解放区的广告 第七节 抗日战争胜利后国统区的广告第三编 社会主义初级阶段时期的广告第十章 中华人民共和国建国初期的广告 第一节 建国初期国民经济恢复时期的广告业 第二节 社会主义改造时期的广告业 第三节 社会主义改造基本完成后的广告事业 第四节 “ 文化大革命 ”时期的广告业第十一章 改革开放以来的社会主义广告事业 第一节 复苏阶段的广告发展态势 第二节 发展初级阶段的广告事业 第三节 快速发展阶段的广告事业 第四节 进入新经济增长周期的广告事业第四编 各时期台湾、香港、澳门地区的广告概述第十二章 台湾地区的广告 一、广告萌芽和发展时期 二、广告成长期 三、广告融合时期 四、广告成熟时期第十三章 香港地区的广告 一、香港的历史与社会经济 二、近五十年来广告业的发展 三、香港的广告媒介 四、香港的广告公司 五、香港的广告管理第十四章 澳门地区的广告 一、澳门的历史 二、澳门的广告历史与发展附录 中国广告史(先秦—民国)图版

## 编辑推荐

中国广告史是一部标志着中国商品经济和文化发展的历史。
中国广告的悠久历史，浸透着中国勤劳伟大的人文情怀，向人类社会放射着无限的光和热，滋润着中华民族的不断进取精神。
　本书是按照中国历史年代顺序编写的，自先秦以迄当代，洋洋洒洒四十万言，可谓是一部广告学方面的通史。
本书以史实为主，力求反映广告历史全貌，纵向以时间为轴，横向对港澳台的广告事业也进行较深的的阐述，以利阅读研习。
该书资料翔实可信，论证严谨，可作为高等院校广告专业的教材，也可供广告、媒体等相关产业从业人员参考。

第一图书网, tushu007.com



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