第一图书网, tushu007.com

<<中国当代商业广告史>>

图书基本信息

书名：<<中国当代商业广告史>>

13位ISBN编号：9787810915465

10位ISBN编号：7810915460

出版时间：2006-11

出版时间：河南大学出版社

作者：黄艳秋,杨栋杰

页数：310

字数：348000

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

内容概要

本书有如下特点： 第一，通史、专题史和港、澳、台史三大块内容分别论述。
在大框架上，本书秉承了丛书的写作体例，坚持了通史与专题史相结合。
同时，鉴于港、澳、台历史的特殊性所造成的同内地广告业发展的差异性，单独摘出，自成一部。
通史主要在宏观层面上，从政治、经济、文化背景下，描述中国当代商业广告各个发展阶段状况以及整体情况。
专题史从微观的层面上，探索不同的广告传播环节及其发展的独特性，这对于我们广告研究的细化与精深化具有非常重要的意义。
第二，对于媒介变迁的着重描述。
中国的媒介由于其地位的特殊性，历来是影响中国广告业整体进程的最重要力量之一。
本书对中国媒介的整体变迁给予了充分的重视，并加以着重描述，以期从广告市场中媒介地位的变化和媒体改革的进程中，更为细致地探究中国广告市场发展变化的原因，以及中国当代广告业运动变化的内在规律。
第三，与世界广告业整体发展趋势的紧密结合。
在世界经济一体化进程中，作为寄生性行业的广告业首当其冲，中国广告业在不断加快的一体化进程当中却面临着相当的困惑和诸多问题，外资与本土，集团化与专业化，规模化与零散化，走出国门还是镇守国内等等，中国广告业究竟何去何从？
世界广告业的发展变迁和跨国广告集团的经营转变给了我们许多有益的启示，值得我们充分借鉴。
第四，对新媒体给予了充分关照。
数字技术的发展所带来的信息革命促进了各种新媒体相继出现，广告媒体不断丰富，新的广告形式不断涌现。
本书对中国互联网、数字电视等信息通信产业的发展历程进行了较为详细的考察，这对广告形式的发展进化和未来广告生存形态的考察无疑是十分有益的。

<<中国当代商业广告史>>

书籍目录

序：广告学研究的一个新领域——历史广告学第一部分 内地广告业的复苏时期　第一章 为广告正名　第一节 广告社会主义性质的认定　第二节 第一年的积极探索　第二章 内地广告业的全面恢复　第一节 广告市场初步形成　第二节 全面复苏时期的广告活动　第三节 理论研究的全面恢复　第四节　广告管理法制化开端第二部分 内地广告业快速成长时期　第三章 广告市场的形成与规范　第一节 广告市场正式形成　第二节 广告行业监管体系雏形初现　第四章 现代广告运作模式的形成与发展　第一节 广告创意实现跨越式发展　第二节 广告策划的兴起和各种广告策略的应用　第三节 现代广告理论研究深入第三部分 内地广告业全面繁荣时期　第五章 全面繁荣前的广告过热现象　第一节 广告市场的短期混乱　第二节 广告运作步入极端　第六章 广告监管体系的正式形成　第一节 法律、法规建设　第二节 推行广告代理制　第三节 行业自律继续发展　第七章 内地广告业的全面繁荣　第一节 三大广告中心的形成　第二节 广告步人品牌战略时期　第三节 现代广告理论的深入第四部分 内地广告业集中与整合时期　第八章 广告市场的集中与整合　第一节 市场结构大变动　第二节 广告媒介大整合　第三节 广告运作大变革　第四节 广告理论大突破　第九章 广告教育与广告监管的完善　第一节 广告学学科体系正式确立　第二节 广告监管体系的进一步完善　第十章 新媒体广告发展史　第一节 网络广告发展概况　第二节 数字电视广告发展概况　第三节 其他新媒体广告发展概况　第十一章 户外广告发展史　第一节 迅速恢复与缓慢发展期　第二节 零散运作与轰动效应集中期　第三节 资本运作与市场细分并举期　第十二章 公益广告发展史　第一节 公益广告萌发期　第二节 公益广告初步发展期　第三节 公益广告初步繁荣期　第十三章 广告教育发展史　第一节 专业教育开创期　第二节 广告教育迅速发展期　第三节 学科全面建设时期　第十四章 外资广告公司中国发展史　第一节 业务合作与业务交流阶段　第二节“ 跑马圈地 ”与战略布局阶段　第三节 集团竞争与多元经营阶段　第十五章 中国台湾地区广告发展史　第一节 中国台湾地区现代广告业初创期　第二节 中国台湾地区现代广告业快速成长期　第三节 中国台湾地区现代广告业成熟期　第十六章 香港地区广告发展史　第一节 香港现代广告业起步阶段　第二节 香港现代广告业蓬勃发展期　第三节 香港现代广告业快速发展期　第十七章 澳门地区广告发展史　第一节 澳门广告特点　第二节 澳门广告管理　第三节 澳门广告教育附录　附录1《中华人民共和国广告法》　附录2《广告管理条例》　附录3《广告管理条例实施细则》　附录4《中国广告协会章 程》参考文献后记

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