

<<广告语创作与评析>>

图书基本信息

书名：<<广告语创作与评析>>

13位ISBN编号：9787811055207

10位ISBN编号：7811055201

出版时间：1970-1

出版时间：中南大学

作者：林溪声

页数：258

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>

<<广告语创作与评析>>

内容概要

本书试图把广告语置于广告传播和实践领域的前沿，突破以往只是把广告语作为一种语言文化现象研究的局面，对广告语创作进行全面、系统的梳理和阐释。本书吸取了前人在广告语研究方面的成果，希望为业界和学界的广告语研究提供有益的理论参考和实践指导。

<<广告语创作与评析>>

书籍目录

第一章 广告与广告语 / 1 第一节 广告的起源与发展 / 1 第二节 广告与广告语的关系 / 8 第三节 广告语的特点 / 11 第二章 广告语的类别与形式 / 15 第一节 广告语的类别 / 15 第二节 广告语的形式 / 21 第三章 广告语的创作与评价 / 28 第一节 广告语的创作要旨 / 28 第二节 广告语的创作策略 / 35 第三节 广告语的评价标准 / 42 第四章 广告语的修辞方式 / 45 第一节 广告语与修辞运用 / 45 第二节 广告语常见修辞方式 / 49 第三节 广告语修辞的综合运用 / 65 第五章 广告语的表现技巧 / 70 第一节 广告语表现技巧的特点 / 70 第二节 广告语常见表现手法 / 73 第六章 广告语的美学运筹 / 79 第一节 广告语的美学内涵 / 79 第二节 广告语的形式美 / 83 第三节 广告语的意境美 / 88 第七章 广告语与受众心理 / 91 第一节 广告接受心理 / 91 第二节 广告语的心理效应 / 94 第三节 广告语的民族文化心理 / 99 第八章 广告语与广告媒体 / 108 第一节 媒体特性与广告语创作 / 108 第二节 广告语的媒体选择 / 122 第九章 广告语与形象战略 / 126 第一节 广告语在形象战略中的地位与作用 / 126 第二节 广告语与品牌形象 / 129 第三节 企业理念口号与企业形象 / 134 第十章 公益广告语的创作与表现 / 140 第一节 公益广告语的特征和作用 / 140 第二节 公益广告语的创意与写作 / 145 第十一章 广告语的特殊体式 / 154 第一节 广告语的变体形式 / 154 第二节 中国特色的广告语样式 / 159 第十二章 广告语与广告传播 / 164 第一节 广告与传播 / 164 第二节 广告语的传播路径 / 166 第十三章 广告语创作的问题与发展趋向 / 178 第一节 广告语创作中存在的问题 / 178 第二节 广告语创作的发展趋势 / 184 附录：广告语欣赏与精评 / 195 参考文献 / 256 后记 / 257

<<广告语创作与评析>>

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>