

《新编中外广告通史》

图书基本信息

书名：《新编中外广告通史》

13位ISBN编号：9787810299237

10位ISBN编号：7810299239

出版时间：2004-8

出版社：暨南大学出版社

作者：刘家林

页数：335

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《新编中外广告通史》

内容概要

中国广告业史是中国文化史的一部分，也是中国经济史、商业史、城市发展史及都市文化史、社会风俗史及民俗学史、人民生活史等学科研究领域的重要组成部分，它涉及社会学、心理学、宣传学、传播学及行为科学等学科领域。到现代，广告不仅是一种重要的营销文化，也是街头文化及城市文化学研究的重要对象。

从世界范围来看，广告业现已形成为规模巨大的产业，也是方兴未艾、蓬勃发展的朝阳产业。本书在探索中国“两岸三地”（大陆、香港、台湾）广告事业发展史的同时，也对外国广告事业发展史进行深入的考察。

《新编中外广告通史》

书籍目录

绪论第一章 先秦时期的广告活动第二章 秦、汉至隋、唐时期的广告事业第三章 宋、元时期的广告事业第四章 明、清时期的广告事业第五章 近、现代的广告事业第六章 当代的广告事业第七章 台湾地区广告简史第八章 香港地区广告简史第九章 外国广告事业简史

《新编中外广告通史》

精彩短评

- 1、神坑，理论和示例也不分开标注，期末复习完全没法看！反正我们老师上课貌似没翻过这本书。什么教材啊，差评！！！！
- 2、书不错,能满足我的考试
- 3、我在很仔细的精读。没办法，快考试了，不看也不行了。
- 4、读研时老师推荐的，适合搞学术的人看

《新编中外广告通史》

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:www.tushu111.com