

<<公益广告的奥秘>>

图书基本信息

书名：<<公益广告的奥秘>>

13位ISBN编号：9787806776209

10位ISBN编号：7806776206

出版时间：2004-01-01

出版时间：广东经济出版社

作者：张明新

页数：350

字数：366000

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>

<<公益广告的奥秘>>

内容概要

“公益”就是“益公”，就是为社会为大众谋福利。
公益广告以广告的形式，传播并推销社会正义和伦理道德；向大众灌输并培养公共意识与人文精神。
不论在过去、现在还是未来，公益广告都是一个永恒的主题。

这是一本关于公益广告的专门性分类研究图书。
书中深入探讨了公益广告的历史、内涵、特征、功能；细致分析了公益广告的内容、创意、表现、传播，并对经典作品作了回顾与评介。

<<公益广告的奥秘>>

作者简介

张明新，华中科技大学工学士、管理学学士、传播学硕士。

师从著名学者、传播实务专家余明阳教授。

曾参与编著我国第一部品牌学教材《品牌学》部分章节；与导师合著我国第一部集大成性质的咨询学理论著作《咨询学》。

在《当代传播》、《新闻传播》、《理论界》、《湖北社会

<<公益广告的奥秘>>

书籍目录

1 我们坐下来谈谈理论——公益广告的基本问题 真正现代意义上的公益广告产生于20世纪40年代的美国。

由于工业化大生产的不断发展，引发了一系列的社会问题。

为了向社会呼吁，引起社会公众的关注和响应，公益广告作为一种有力的工具应运而生。

1.1 追本溯源：公益广告的产生与发展 公益广告的原始形态 公益广告的产生与发展 1.2 最基本的问题：公益广告的含义 公益广告的位置 公益广告的定义 公益广告的要害 公益广告类别 1.3 地球公民的责任：公益广告与现代企业 现代企业营销 公益广告造就良好的企业形象 企业做公益广告应该注意的问题 【案例】尼桑与海尔的公益营销 1.4 方兴未艾的事业；公益广告在中国 公益广告在中国的兴起 公益广告在中国的发展 我国公益广告发展存在的问题 我国公益广告发展的对策分析 1.5 真正的社会公器：公益广告在国外 美国的公益广告 日本的公益广告 其他西方国家的公益广告 【案例】从巴黎街头卫生说起：宣布向狗屎开战 2 销售社会正义——公益广告的内容 公益广告是要向受众销售对其有益的社会观念，是要让他们的生活过得更好。

公益广告广泛关注社会生活的方方面面，其题材之广泛，可以说是“海阔天空”。

凡涉及社会每个成员公共利益观念和行为的，以及涉及公众关心的各类社会话题，都可成为公益广告的传播内容。

2.1 社会教化 社会正义 社会教育 社会公德 【案例】推动公民道德规范，公益广告昂首上荧屏 职业道德 【案例】教师道德楷模查文红公益广告 家庭美德 【案例】母亲节热闹各不同 2.2 公共服务 卫生健康 【案例】向世纪之病开战：系列艾滋病公益广告背后的话题 生活常识 安全交通 公共事业 【案例】公益广告引发注射流感疫苗的热潮 2.3 生态保护 生物保护 节约资源 水土保持 城市环保 【案例】“绿色希望工程，公益广告运动：为母亲河再披绿装 2.4 慈善救助 特殊救助 【案例】那场大洪水，我们在尽心 扶贫助残 【案例】救助一个特困家庭：系列报道 失学救助 【案例】第四次“中国儿童慈善活动日”：获捐款2738万 弱势群体 【案例】丰田在美国的公益广告：对少年的关注 2.5 政府政治 政府形象 【案例】日本首相拍广告，只为对付“千年虫”…… 3 为公义立言——公益广告的特征 3.1 公益广告的本质特征 3.2 公益广告的其他特征 3.3 火与冰：公益广告与商业广告 3.4 公益广告与意见广告和公关广告 4 塑造人类心灵——公益广告的功能 5 不戴枷锁的舞蹈——公益广告的创意 6 多种多样的信息传达——公益广告的表现技法 7 信息传播的缤纷舞台——公益广告的媒介与渠道 8 经典永远不朽——优秀公益广告点评 主要参考文献后记

<<公益广告的奥秘>>

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>