

<<中国古代商业广告史>>

图书基本信息

书名：<<中国古代商业广告史>>

13位ISBN编号：9787810914154

10位ISBN编号：7810914154

出版时间：2005-11

出版时间：河南大学出版社

作者：杨海军

页数：268

字数：295000

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>

<<中国古代商业广告史>>

内容概要

广告学是一门具有多学科起源、多学科交叉、文理渗透的新兴边缘学科。

其学科领域涵盖社会学、传播学、营销学、心理学、语言学、公关学、管理学、统计学、美学、声学、光学、电学等诸多学科的基本内容。

广告学在长期的发展过程中，逐渐形成较为完整的理论体系并衍生出许多分支学科，这些分支学科包括理论广告学、实用广告学和历史广告学。

理论广告学主要从宏观上探讨广告学的基本范畴、性质、功能、类别、及广告运行的程序、规律和原则等问题。

实用广告学主要探讨广告理论、手段、技术、方法在广告实践中的具体运用。

历史广告学主要探讨、研究、总结人类广告活动产生、发展、演变的历史进程及发展趋势、发展规律等诸多现象和问题。

<<中国古代商业广告史>>

书籍目录

序：广告学研究的一个新领域——历史广告学第一章 夏、商、周、春秋、战国时期中国古代商业广告出现 第一节 中国古代商品广告的起源 第二节 中国古代商业广告的初期表现第二章 秦、汉时期中国古代商业广告的初步发展 第一节 秦、汉商业环境及广告环境的新变化 第二节 汉代城市商业经济的快速发展 第三节 以“市场”为中心的廣告表现形态第三章 三国、两晋、南北朝时期中国古代商业广告曲折发展 第一节 三国、两晋、南北朝时期地区商业经济不平衡发展 第二节 城市商业经济发展和商业广告表现形态第四章 隋、唐时期中国古代商业广告的兴盛 第一节 中国古代商业经济的新发展及商业广告的新形式 第二节 唐代城市商业贸易进入全盛时期 第三节 唐代商品市场的发育及市场管理的进一步规范 第四节 隋、唐时期丰富多彩的廣告表现形式第五章 宋代中国古代商业广告的繁荣 第一节 宋代商业经济的发展与廣告空间的扩展 第二节 “市坊”制度的突破及商业环境的巨变 第三节 两宋时期廣告表现走向繁荣第六章 元代中国古代商业廣告承前启后发展 第一节 中国古代廣告环境的重大变化及转折 第二节 元代商业廣告的发展与形式创新第七章 明代中国古代商业廣告的新发展 第一节 明代商业发展整体水平的提高 第二节 影响明代商业环境变化的几个因素 第三节 明代中国古代商业廣告的继续发展第八章 清代中国古代商业廣告的鼎盛第九章 中国古代商业廣告发展的规律和特点第十章 中国古代的廣告媒介第十一章 中国古代的声响廣告第十二章 中国古代的幌子廣告第十三章 中国古代的诗歌廣告第十四章 中国古代的楹联廣告第十五章 中国古代的招牌廣告第十六章 中国古代的印刷廣告第十七章 中国古代的店堂装饰廣告第十八章 中国古代商业廣告的作用与评价后记

<<中国古代商业广告史>>

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:<http://www.tushu007.com>