

<<广告文化化学教程>>

图书基本信息

书名：<<广告文化化学教程>>

13位ISBN编号：9787561460368

10位ISBN编号：7561460368

出版时间：2012-9

出版时间：四川大学出版社

作者：陈卓 编

页数：205

字数：301000

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>

<<广告文化学教程>>

内容概要

陈卓主编的《广告文化学教程》分为七个章节，就广告受众的文化心理，广告文化与核心价值观的关系，广告文化中的诗歌、戏剧、散文、小说等文学元素，广告文化中的音乐、舞蹈、美术等艺术元素，广告文化中的民俗文化元素，以及中外广告文化融合等作了系统阐述，并对一系列典型案例给予介绍和评析。

旨在帮助学生较系统地掌握广告文化学的基本知识，培养学生运用各种文化元素从事广告策划与创意的基本能力，促进学生形成提升人文修养和创新能力的自觉意识。

希望本书除作为广告专业、市场营销专业的教材外，还能为广大广告从业人员提供一点参考和帮助。

<<广告文化学教程>>

书籍目录

第一章 广告文化学概述

第一节 文化学概述

- 一、文化的定义
- 二、文化的基本特征
- 三、文化的功能
- 四、文化的分类
- 五、文化学的研究对象

第二节 广告学概述

- 一、广告的定义
- 二、广告的特征
- 三、广告的功能
- 四、广告的分类
- 五、广告学的研究对象

第三节 广告文化与广告文化学

- 一、广告文化的定义
- 二、广告文化的特征
- 三、广告文化学及其研究对象

第二章 广告受众的文化心理

第一节 文化语境中的受众心理

- 一、语境及广告文化语境的含义
- 二、从广告文化语境透视广告受众的文化心理
- 三、广告受众的文化性格

第二节 广告受众的传统思维方式

- 一、传统思维方式概述
- 二、传统思维方式在广告传播中的体现
- 三、现代广告助人突破传统思维定势

第三节 广告受众的传统审美情趣

- 一、受众的审美情趣直接制约广告审美功能的实现
- 二、含蓄蕴藉的审美情趣赋予现代广告深厚的文化意蕴
- 三、崇尚生命律动的审美情趣带来现代广告的视觉张力
- 四、追求自然观照、物我一体的审美情趣透视出现代广告的深邃意境
- 五、提倡情理统一、倡导寓理于情的审美情趣体现出现代广告的人文气息

第四节 不同广告受众群体的文化倾向

- 一、广告传播的受众理论——社会分类理论
- 二、受众文化程度差异的广告文化倾向
- 三、受众年龄差异的广告文化倾向
- 四、受众性别差异的广告文化倾向

第三章 广告文化与核心价值观

第一节 广告传播与价值观的互动关系

- 一、价值观的含义及核心内容
- 二、广告传播与价值观的互动关系

第二节 广告文化中折射的传统价值观

- 一、广告文化中折射的儒家传统价值观
- 二、广告文化中折射的道家传统价值观
- 三、广告文化中折射的佛教禅宗的“修禅”价值观

<<广告文化学教程>>

- 四、广告文化中折射的墨家传统价值观
- 五、广告文化中折射的法家传统价值观
- 六、广告文化中折射的名家传统价值观
- 七、广告文化中折射的纵横家学说价值观
- 八、广告文化中折射的阴阳家学说价值观

第三节 广告文化反映的西方价值观

- 一、财富价值观的重塑
- 二、平等竞争,合理逐利
- 三、张扬个性的反叛
- 四、消费就是生活

第四章 广告文化中的文学元素

第一节 广告文化中的诗歌元素

- 一、诗歌简介
- 二、古代诗歌的广告传播作用
- 三、现当代的广告诗
- 四、楹联广告

第二节 广告文化中的小说元素

- 一、小说的含义
- 二、小说的特点
- 三、现代广告中的小说元素

第三节 广告文化中的散文元素

- 一、散文的含义
- 二、散文的特点
- 三、现代广告中的散文元素

第四节 广告文化中的戏剧文学元素

- 一、戏剧文学的含义
- 二、戏剧文学的基本特点
- 三、戏剧文学元素在广告中的运用

第五节 广告文化中的网络语言元素

- 一、网络语言概述
- 二、网络语言的特有语体
- 三、现代广告文化中的网络语言元素
- 四、网络语言对现代广告文化的负面影响

第五章 广告文化中的艺术元素

第一节 广告中的音乐元素

- 一、音乐简介
- 二、音乐元素在广告中的运用

第二节 广告文化中的舞蹈元素

- 一、舞蹈简介
- 二、舞蹈元素在广告中的运用

第三节 广告文化中的绘画元素

- 一、绘画简介
- 二、广告中的绘画元素

第四节 广告文化中的雕塑元素

- 一、雕塑简介
- 二、广告中的雕塑元素

第五节 广告文化中的书法元素

<<广告文化学教程>>

- 一、书法简介
- 二、广告中的书法艺术

第六章 广告文化中的民俗元素

- 一、民俗的概念
- 二、民俗的特征
- 三、民俗的文化功能
- 四、民俗的分类

第一节 广告文化反映的语言民俗

- 一、语言民俗的概念
- 二、语言民俗的种类
- 三、语言民俗在广告中的运用

第二节 广告文化反映的节庆风俗

- 一、什么是节庆
- 二、节日的形成与发展
- 三、节日的类型
- 四、节庆习俗在广告中的运用

第三节 广告文化反映的礼仪习俗

- 一、什么是礼仪
- 二、传统礼仪的主要内容
- 三、礼仪习俗在广告中的运用

第四节 广告文化折射的禁忌习俗

- 一、什么是禁忌
- 二、禁忌的作用
- 三、现代常见禁忌习俗简介
- 四、禁忌习俗在广告中的反映

第七章 中外广告文化的融合

第一节 舶来品广告中的中华文化

第二节 西方文化对我国广告文化的影响

- 一、中西方广告及文化的差异
- 二、西方文化对我国广告文化的影响

第三节 广告对传统文化的传承

- 一、广告是文学艺术推广的媒介
- 二、广告作品是文学艺术传播的辅助载体
- 三、广告对文学艺术传承的局限

参考文献

后记

<<广告文化学教程>>

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>