

现代广告学



[现代广告学_下载链接1](#)

著者:何修猛

出版者:复旦大学出版社

出版时间:2001-08

装帧:平装

isbn:9787309027181

巴洛克与洛可可是17—18世纪流行于欧洲的两种艺术风格，二者都属于贵族艺术。巴

洛克是17世纪欧洲艺术的总称，发源于罗马，而后迅速在意大利全国范围内流行起来，并传播到当时的法国、荷兰等国家。它主要体现在教堂建筑、绘画、室内装饰、庭院设计等各个方面。到了18世纪，轻快、秀气、纤细典雅的洛可可风格取代华丽、夸张、矫揉造作的巴洛克风格，成了全欧洲艺术风格的主流。本书作者以艺术史家的独特视角，将巴洛克与洛

作者介绍:

目录: 第一章 现代广告的价值观
第二章 现代广告的市场观
第三章 现代广告的CI观
第四章 现代广告的品牌观
第五章 现代广告的创新观
第六章 现代广告的创意艺术
第七章 现代广告的策划艺术
第八章 现代广告文案的创作艺术
第九章 现代广告作品的设计艺术
第十章 现代广告的心理策略
第十一章 现代广告的宣传策略
第十二章 现代广告的促销策略
第十三章 现代广告的文化策略
第十三章 现代广告的管理策略
附录 《中华人民共和国广告法》
· · · · · (收起)

[现代广告学_下载链接1](#)

标签

评论

[现代广告学_下载链接1](#)

书评

现代广告学_下载链接1