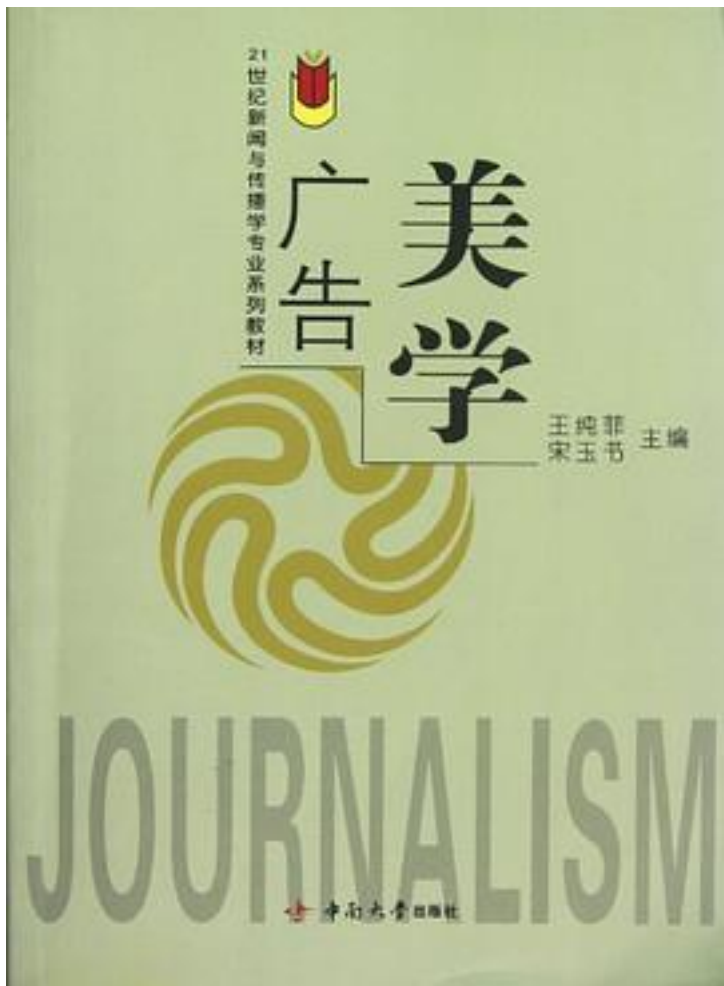


广告美学



[广告美学_下载链接1](#)

著者:赵惠霞

出版者:人民出版社

出版时间:2007-7

装帧:

isbn:9787010061856

成功的广告何以成功?

失败的广告何以失败？

广告，靠什么打动人？

本书在阐释美学原理的基础上，介绍了决定广告成败的八大规律和二十九条运用原则…

广告美学作为一门新兴学科，其性质决定了当前研究所能达到的高度是有限的。为此，重要的是要选择一种形式，使得研究的成果最终可以系统化，后人可以在前人的基础上前行，从而促进学科的发展。作者认为，广告美学的根本任务是研究和总结广告创作和传播中的审美规律，对规律及其表现形式的总结，是广告美学研究成果系统化的最佳形式。具体的规律和表现形式可以商榷、变换，但这种研究思路和形式不仅可以提供相互交流的平台，而且可以将最终的研究成果系统化。

作者介绍:

目录:

[广告美学_下载链接1](#)

标签

广告

广告学

美学

广告设计

审美

2016年：阅读清单

评论

一本好书，但我看得很浅，所以不作评价了。

不错，很好看，启发人

[广告美学_下载链接1](#)

书评

[广告美学_下载链接1](#)