

<<20世纪广告>>

图书基本信息

书名：<<20世纪广告>>

13位ISBN编号：9787500646587

10位ISBN编号：7500646585

出版时间：2002-1

出版时间：中国青年出版社

作者：戴夫·桑德斯

页数：240

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>

<<20世纪广告>>

内容概要

广告是大众流行文化中最具有影响力的组成部分，人们在电视上、影院里、户外广告牌以及印刷品上，都能看到大量的关于某些产品的市场营销与服务的广告。

无论你对广告是恨还是爱，你都无法抗拒它们对刺激人们不同消费需求所起的重大作用。

广告描绘出我们对生活的许多梦想，这些梦想反映了20世纪整个社会的物质需求。

有时，对某些产品展开的大规模宣传活动，往往超出了这些产品的市场营销范畴，形成并影响、带动社会的消费潮流。

《20世纪广告》一书，汇集了20世纪所有著名的广告宣传大战实例，当然也包括一些不成功的范例。

其中，既有可口可乐（Coca-Cola）和耐克运动鞋（Nike）的广告宣传，它们都在全世界引起了轰动效应，也有震撼人心的服装品牌贝纳通（Benetton）和哈根达斯冰淇淋（Haagen-Dazs）的广告宣传大战。

其他还有诸如科尔曼牌芥末（Colmans）与霍维斯牌面粉（Hovis）的广告宣传，很容易唤起人们对往昔如何接受这些“安全”食品的记忆。

此外，像索尔·巴斯（Saul Bass）与A.M.卡桑德尔（A.M.Cassandre）设计的广告招贴，则把广告的创意与画面设计的完美结合提高到了一个崭新的阶段。

<<20世纪广告>>

作者简介

戴夫·桑德斯 (Dave Saunders) 是一位享有国际声誉的作家与摄影师，他所撰写与拍摄的关于广告的文章，照片和书籍曾被译成多种语言文字出版。

戴夫所著的十几本书也翻译成六种语言出版，其中包括《专业广告摄影》(1988)、《全套摄影课程》(1993)、《世界最佳广告摄影》(1994)、《震撼的广告》(1996)、《广告中幽默》(1997) 与《广告中的幻想》(1997) 等。

<<20世纪广告>>

书籍目录

前言 简介第一部分 食品第二部分 饮料第三部分 时装与服饰第四部分 家庭用品第五部分 烟草第六部分 保健与美容第七部分 公共安全与慈善事业第八部分 车辆第九部分 旅行第十部分 娱乐第十一部分 理财与传媒第十二部分 宣传

<<20世纪广告>>

编辑推荐

《20世纪广告》一书，提取出过去的100年内最令人难忘的那些广告，并描述了200多例在世界广告业中占有举足轻重地位的广告宣传大战。广告对我们生活的巨大影响的确值得探讨，因为广告拓宽了艺术的范畴，成为20世纪最有创造力与创新精神的媒介力量之一。

广告对我们的影响是不言而喻的，我们在日常生活中持续不断地受到广告的“轰炸”，它们的设计理念无疑就是要我们接受那些产品与服务，它们还告诉我们这样就能改善甚至彻底改变我们的生活状况。

我们每个人一生中肯定要接触到不下15万种不同类型的广告。

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>