第一图书网, tushu007.com

<<现代广告案例分析>>

图书基本信息

书名：<<现代广告案例分析>>

13位ISBN编号：9787302225638

10位ISBN编号：730222563X

出版时间：2010-6

出版时间：清华大学出版社

作者：丁红

页数：289

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

第一图书网, tushu007.com

前言

广告虽然是一种商业推销手段，但也是一种文化。
成功的广告往往并不是赤裸裸地“王婆卖瓜”，相反，它要把自己的商业动机乃至商业性质巧妙地掩藏起来，给人的感觉仿佛不是在做广告。
这个时候它就要借助于文学与艺术，运用各种修辞手段与叙述技巧来包装自己，这就是广告制作中至关重要的话语转换。
这里所说的“包装”还不仅仅是指广告要讲究色彩、构图的美丽、巧妙，广告语言要力求文学化与诗意化；更指广告必须调用特定社会、特定文化传统中的意义阐释模式，尤其是关于现代社会的意义阐释模式。
这种阐释模式常常是人们习以为常的，它们在文化的承传过程中不断地得到强化与再生产，结果变成了一种似乎“理所当然”的东西，甚至变成了人们的无意识、潜意识。
在市场经济的大背景下，中国面临着在最短时间内催生最多品牌的大环境、大需求和大课题，任务十分繁重。
中国的营销界、广告界必将在本土化的前提下迅速地融合、提升、细分直至成熟。
而公司之间的差距已经不能简单地用本土或是4A来划分，谁能真正洞察市场局势，把握消费导向，进行整合营销，谁就是未来市场竞争中的赢家，而本书折射的正是这样一种趋势，当然，特别关注的是现代广告案例分析。

第一图书网, tushu007.com

<<现代广告案例分析>>

内容概要

广告案例是现代传播学的具体运用。
在现代社会和后现代社会，涌现出许多经典的广告案例，对产品销售做出了突出的贡献。
本书通过对经典广告案例进行认真的分析，可以拓展现代传播学的研究领域，总结广告运作的经验与教训，提高中国广告人才的业务水平。
本书选材严格，重点突出，分析详细，语言流畅，适合大专院校新闻传播专业师生及广告界同行阅读与参考。

第一图书网, tushu007.com

<<现代广告案例分析>>

书籍目录

第1章 现代广告与现代艺术　1.1 现代广告的概念　1.2 广告是一门情感的艺术　1.3 公益广告与艺术的联姻　参考文献 第2章 现代广告与情感诉求　2.1 故事背景的构建　2.2 细节描述的提炼　2.3 社会话题的关注　2.4 典型形象的塑造　2.5 广告语言的推敲　参考文献 第3章 三量手机奥运广告分析　3.1 奥运促成了三星手机的辉煌　3.2 三星奥运广告的创意　3.3 三星手机的广告营销策略　参考文献 第4章 从心理学角度分析德芙巧克力广告　4.1 德芙巧克力广告的类型　4.2 从心理学角度分析德芙巧克力广告的创意　4.3 从心理学角度分析德芙巧克力广告的策略　参考文献 第5章 从传播学角度看戴比尔斯钻戒广告策略　5.1 戴比尔斯钻戒广告重新解读两性文化　5.2 从传播学角度分析中国首饰市场　5.3 用美丽的语言引诱顾客购买　参考文献 第6章 用艺术传播学分折贝纳通服装广告　6.1 贝纳通服饰与广告的来历　6.2 从艺术传播学角度分析贝纳通系列广告　6.3 从广告学方面分析贝纳通“心脏”　参考文献 第7章 水井坊酒业广告篱略分析　7.1 水井坊及其品牌营销　7.2 水井坊差异化广告创意　7.3 水井坊广告的晶牌定位　参考文献 第8章 可口可乐广告营销策略　8.1 可口可乐进行品牌推广的策略　8.2 可口可乐在中国市场的营销策略　8.3 可口可乐在竞争中求发展　参考文献 第9章 清扬洗发水广告策略分折　9.1 清扬产品及广告　9.2 清扬电视广告分析　9.3 植入式广告的典范　9.4 清扬广告面临的挑战　参考文献 第10章 百事可乐广告的符号学意义　10.1 百事可乐广告的演进　10.2 百事可乐广告中的构成技巧　10.3 百事可乐广告是商品符号化的工具　10.4 百事可乐广告中所包含的隐喻／转喻关系　参考文献 第11章 恒源祥恶俗广告的厘思与对策　11.1 恶俗广告盛行的原因　11.2 恶俗广告的危害　11.3 对恶俗广告的反思　参考文献 第12章 麦当劳广告嬗变效果分析　12.1 麦当劳品牌定位演变　12.2 针对青年消费者的广告战略　12.3 麦当劳广告推演计划　12.4 麦当劳广告嬗变效果　参考文献 第13章 动感地带广告案例分析　13.1 动感地带广告扫描　13.2 动感地带目标受众分析　13.3 动感地带广告形式　13.4 演唱会宣传效果分析　参考文献 第14章 肯德基广告的运转策略　14.1 肯德基广告技巧　14.2 肯德基广告的失误　14.3 肯德基广告对我们的启示　参考文献 第15章 李宁“飞甲”篮球鞋广告的文化蕴涵　15.1 广告背景及其影响　15.2 广告内容分析　15.3 广告的文化蕴涵　参考文献 第16章 雀巢咖啡电视广告传播篱略　16.1 雀巢咖啡在中国的广告概述　16.2 雀巢咖啡电视广告传播方法　16.3 雀巢咖啡电视广告的启示　参考文献 第17章 从艺求传播角度分析海尔系列广告　17.1 海尔品牌的建构　17.2 海尔手机平面广告分析　17.3 海尔集团的动漫营销　17.4 海尔广告的奥运策略　17.5 艺术传播与海尔广告　参考文献 第18章 庸师傅方便面广告营销战略　18.1 康师傅品牌历史　18.2 康师傅的广告概述　18.3 康师傅的品牌商标　18.4 康师傅运用的广告策略　18.5 康师傅运用的广告方式　18.6 康师傅广告成功的经验总结　参考文献 第19章 大众汽年在中国的广告分析　19.1 广告的编码与解码　19.2《中国路，大众心》广告片的内容　19.3 广告编码依据与策略　19.4 霍尔理论在广告中的应用　参考文献 第20章 从传播美学视角分析奥利奥广告　20.1 奥利奥广告历程　20.2 奥利奥广告的特点　20.3 奥利奥广告成功原因　参考文献 第21章 从符号学角度分析鹤舞白沙广告　21.1 白沙集团的品牌理念　21.2 刘翔广告的效果　21.3 符号学概述　21.4 鹤舞白沙广告分析　参考文献 第22章 多乐士涂料广告策略分析　22.1 多乐士广告进程　22.2 多乐士广告形象　22.3 多乐士进军中国的广告策略　参考文献 第23章 哈根达斯广告案例分析　23.1 哈根达斯产品介绍　23.2 哈根达斯广告策略　23.3 哈根达斯广告创意　23.4 哈根达斯在中国的广告之旅　参考文献 第24章 播牌女装广告的艺术内涵　24.1 播牌女装及其广告　24.2 播牌女装广告形象解读　24.3 广告文案高雅冷峻　参考文献 第25章 绝对伏特加广告的创意及其功能　25.1 伏特加酒系列招贴广告背景　25.2 绝对伏特加广告的创意　25.3 绝对伏特加广告功能　参考文献 第26章 三菱汽车在台湾广告中的情感营销　26.1 广告中的情感营销理论　26.2 三菱汽车台湾广告的情感营销　26.3 广告情感营销的基本原则　参考文献 第27章 百年润发品牌广告案例分析　27.1 百年润发广告扫描　27.2 百年润发广告创意　27.3 百年润发广告定位　参考文献 第28章 从立邦漆广告事件看受众的接受差异　28.1 立邦漆《龙篇》广告事件　28.2 从接受美学角度解读立邦漆广告　28.3 用符号学解读冲突缘由　参考文献 第29章 娃哈哈纯净水系列广告分折　29.1 娃哈哈纯净水广告历程　29.2 娃哈哈纯净水广告分析　29.3 娃哈哈纯净水广告启示　参考文献 第30章 后现代广告的特点与价值　30.1 后现代广告概述　30.2 后现代广告的特点　30.3 后现代广告的价值　参考文献

第一图书网, tushu007.com

第一图书网, tushu007.com

章节摘录

插图：不过，“多乐士狗”能成为品牌代言狗，是多乐士多年运作的结果。
30多年来，“多乐士狗”一直出现在广告中，在前面提到的“调配你喜欢的色彩”系列广告中，那条英式牧羊犬就协同漂亮的女模特，提着各色涂料，前往各大媒体的办公室，给他们的头发染上疯狂的色彩。
在澳大利亚，“多乐士狗”还学会了另一项技能。
广告的故事发生在一个刚刚刷过涂料的客厅，一位漂亮的女主人打开门叫狗进来。
听到呼唤，狗跳过篱笆奔向家门，但它突然停在门口，被家中色彩的改变惊呆了，下意识地在门口擦了擦脚，才进客厅。
这条广告十分有趣，使受众记忆深刻，进而购买这种产品。
多乐士是第一家能够做到所有油漆产品中不添加铅和汞的油漆公司，并且始终将环保理念贯穿于所有的研发、制造环节，来保障产品的环保指标。
采用科学化管理，在产品的设计、开发、原料选购、生产、市场和销售、储存、运输及最终处理各个阶段，致力于减少产品潜在的不利于安全、健康及环保的各种因素。
此外，多乐士在原有漆优良功效的基础上，全面加强了配方，特别是产品的超级耐洗擦性，墙面可用水或洗洁剂洗擦，各种油渍、污迹及蜡笔画痕均可轻松从墙面擦去；干后墙面不留洗擦痕迹，漆膜完美平滑如新，光泽均匀，色彩不改变。
加入全新配方，色彩更加多样，选择的空间更多。
多乐士打了场漂亮的色彩战和环保战，顺应了市场的变化需求，成功地将自己塑.造成为色彩最丰富的涂料品牌。
这正是营销策略弹性的体现，因地制宜、随时而变。
另一方面，策划商业行为该保持某种稳定，即延续性，贯穿整个品牌的发展历程，成为品牌内核的有机脉络。
这在多乐士的品牌代言人策略上得到了充分体现。

第一图书网, tushu007.com

编辑推荐

《现代广告案例分析》：现代传播学丛书

第一图书网, tushu007.com

<<现代广告案例分析>>

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