

<<玩广告>>

图书基本信息

书名：<<玩广告>>

13位ISBN编号：9787308099462

10位ISBN编号：7308099466

出版时间：2012-7

出版时间：浙江大学出版社

作者：戎彦

页数：243

字数：283000

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>

<<玩广告>>

内容概要

进入互联网时代，广告被忽视，被拒绝的状况依然普遍存在。
广告真的就这么惨？
也不全都如此吧，不少广告，很多人主动接触，主动参与，乐享其中，是哪些广告呢？
本书一一为您解答那些好玩有趣的广告，看看他们是如何让“玩”的要素全面渗透到广告中。

<<玩广告>>

作者简介

戎彦广告爱好者，并以研究广告为生。

<<玩广告>>

书籍目录

前言

第一章 玩广告：世纪广告的重要理念

第一节 何为“玩广告”？

第二节 “玩广告”的特点

第三节 玩广告：创造品牌接触点中的“兴奋点”

第二章 “玩广告”兴起动因分析

第一节 “玩广告”的大环境：娱乐因子的全面渗透

第二节 谁促成了“玩广告”？

第三节 广告，不得不玩的理由

第三章 “玩广告”关键词解析

第一节 UGA(用户产生广告)

第二节 玩伴

第四章 扩大了的广告形态与日益模糊的界限

第一节 广告=电影

第二节 广告=微电影

第三节 广告=电视剧

第四节 广告=节目

第五节 广告=拍客新闻

第六节 广告=帖子

第七节 广告=MV

第八节 广告=游戏

第九节 广告=动画片

第五章 发现商品的另一个价值：可玩性

第一节 看“玩”能达到的境界与避重就轻的价值

第二节 自己玩与一起玩

第三节 玩的是创意，来真的，敢不敢？

！

第六章 怎么玩？

无穷尽的形式与创意

第一节 观赏性玩：不像广告才好玩

第二节 参与性玩：我们的广告我们参与

第三节 话题性玩：有多少话题可以重来

第四节 其实QQ也是用来玩的

第五节 恶搞：剪辑手法带来的乐趣

第七章 谁在玩？

谁都可以玩’

第一节 “路人”的自发传播

第二节 发动员工一起玩

第三节 当广告遇上微博：全民玩广告时代来临

第四节 让别人免费帮你玩

第八章 要玩出感觉

第一节 玩广告，要玩得有深度、有文化

第二节 玩广告，要玩得有幸福感

<<玩广告>>

第九章 切勿玩火自焚I

第一节 玩：一个并不轻松的话题

第二节 玩是有度的

主要参考书目

后记

<<玩广告>>

编辑推荐

广告变得越来越好玩了！

广告在发展过程中逐渐改变了自己的存在形态。

今天，广告越来越不像它自己，广告与诸多内容和形式变得难舍难分。

广而告之的本性却依然未变。

变幻莫测的形态中，我们要迅速认出它。

玩什么？

怎么玩？

你会玩吗？

<<玩广告>>

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>