

<<广告创意>>

图书基本信息

书名：<<广告创意>>

13位ISBN编号：9787313049933

10位ISBN编号：7313049935

出版时间：2008-1

出版时间：上海交大

作者：方茜

页数：210

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>

<<广告创意>>

内容概要

本书主要讲授自欧美创意革命以来，广告创意经历的发展历程、世界领先的广告人经营的创意、国际获奖作品呈现的光怪陆离面貌、如何借助创意之力使公益宣传避免沦为空泛的口号等等。

为了提高读者阅读的兴趣和效果，本书配备了大量优秀的创意案例图片，其中既包括最新和最能反映当下广告创意发展趋势的范例作品，同时也包括部分曾对广告创意的发展产生过重要影响、具有里程碑意义的经典案例，以期帮助读者更有效地掌握与广告创意相关的观察方法、思考方法与表达方法。

<<广告创意>>

书籍目录

广告创意原理篇 第一章 广告创意概述 第一节 广告创意内涵与外延 第二节 创意对广告的影响力 思考题 第二章 广告创意相关理论 第一节 历史上几种著名的广告创意观 第二节 现代营销传播原理与广告创意 思考题 广告创意实例篇 第三章 广告创意的发震历程 第一节 欧美广告创意革命 第二节 创意革命在全球的蔓延 思考题 第四章 视觉化的广告创意 第一节 广告创意视觉语言的发展过程 第二节 视觉语言与文字的结合 第三节 广告视觉语言的本与末 思考题 第五章 不守规则广告创意 第一节 反讽与自嘲 第二节 “不安全”的创意 第三节 敏感话题 思考题 第六章 公益广告创意 第一节 关系国计民生的公益广告 第二节 公益广告的历史与发展 第三节 公益广告的创意特征 第四节 公益广告的实效 思考题 第七章 广告媒体创意 第一节 广告媒体创意的发展趋势 第二节 广告媒体的创意原则 思考题 广告创意实践篇 第八章 掌控创意 第一节 如何寻找创意 第二节 如何表达创意 第三节 如何管理创意 思考题 第九章 与创意相关的若干建议 第一节 关于态度 第二节 关于积累的经验 第三节 关于求职 第四节 关于合作参考书目后记

<<广告创意>>

编辑推荐

《广告创意》配合大量优秀的广告创意案例图片，讲授了自欧美创意革命以来，广告创意经历的发展历程、世界领先的广告人经营的创意、国际获奖作品呈现的光怪陆离面貌、如何借助创意之力使公益宣传避免沦为空泛的口号等内容。

<<广告创意>>

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>