

<<怎样创作广告>>

图书基本信息

书名：<<怎样创作广告>>

13位ISBN编号：9787505704183

10位ISBN编号：7505704184

出版时间：1991-12

出版时间：中国友谊出版公司

作者：汤姆·狄龙(美)

译者：刘毅志

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>

## <<怎样创作广告>>

### 书籍目录

目录	
前言	
第一卷 怎样创作广告	
广告创作过程	
文案策略	
“创作”塑造商品性格	
创作广告的窘境	
广告的最伟大工具	
请不断注意听取那微小的心声	
创作行业的尽头	
文字与撰文员	
有创作性的广告计划	
广告计划	
第二卷 怎样成为广告人	
关于作者	
引言	
作者自序	
第一章 定义	
第二章 自修课本	
第三章 广告知识的内涵	
第四章 陈述主张的知识	
第五章 市场的知识	
第六章 讯息的知识	
第七章 讯息运送工具的知识	
第八章 交易通路的知识	
第九章 广告怎样发生功效	
广告怎样发生功效之一	
广告怎样发生功效之二	
广告怎样发生功效之三	
广告怎样发生功效之四	
广告怎样发生功效之五	
第十章 特定情况的了解	
第十一章 广告知识的本质	
第十二章 广告教育	
第十三章 在其社会中的广告人	
第三卷 产生创意的方法	
彭巴克为《产生创意的方法》所作的序言	
开场白	
第一章 怎样开始	
第二章 经验的定则	
第三章 巴瑞多理论	
第四章 心智的训练	
第五章 组合旧的要素	
第六章 创意是新的组合	
第七章 内心的消化过程	

<<怎样创作广告>>

第八章 继续地去想它

第九章 最后的阶段

作者书后杂感

<<怎样创作广告>>

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>