

<<丑小鸭>>

图书基本信息

书名：<<丑小鸭>>

13位ISBN编号：9787801555694

10位ISBN编号：7801555694

出版时间：2003-7

出版时间：中国物价出版社

作者：谭启明

页数：98

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>

## <<丑小鸭>>

### 内容概要

这是一本关于广告创意的非常有趣的书。

作者以独特的视角观察了广告创意这一奇妙领域，通过展示和分析广告作品，让读者清晰领略了奥美公司团队的创意精神。

本书最大的特点是：揭示了杰出创意的特质，清楚地展现了一般创意、优秀创意和杰出创意的区别。作者用简明轻松的语言向读者讲述了“丑小鸭”变“天鹅”的故事，当然，这些故事发生在广告界，而不是童话书里。

书籍目录

基本规则 第一课：没有人喜欢你 如何进行一次“拦截” “胎儿畸形”的问题 你需要问自己的四个基本问题 我将有满满一瓶子对于消费者的深入理解创意 借助“特洛伊木马” 亲爱的，我没有心情 我从哪些点子中可以找到创意呢？

带着它走得更远些 “建构”广告 一个布局的“解剖” 视觉内容 写作并且修改成更好的大标题 产品设计 为什么文案撰写人应该“蓄意谋杀” 减少元素运用技巧一些走向错误的岔道口 关于广告“不是什么”的只言片语 请把我们从陈词滥调中拯救出来创新地运用媒体最后，有些东西不是靠教出来的 后记译后记

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>