

<<广告创意解码>>

图书基本信息

书名：<<广告创意解码>>

13位ISBN编号：9787801556165

10位ISBN编号：780155616X

出版时间：2003-9

出版时间：中国物价出版社

作者：沈吕百

页数：252

字数：344000

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>

<<广告创意解码>>

内容概要

这是一本将广告创意解构的书，也是欧洲传播界之首EUROCOM集团进行实证研究的经验所得，为其最推崇的传播分析模式，是传播人在为传播方向进行选择时的标准范本。坊间可以找到许多广告相关论述的书，却独缺对于广告创意实作方法的工具书，徒使广告创意蒙上神秘色彩，现在本书就是你的最佳宝典。

作者简介

贝纳德·格塞雷，心理学学士、社会心理学博士。

主修社会生活形态、专精于社会文化区隔研究CCA以及Foreseen观察所共同创办人兼研究总监ALTAIR协会的创办者。

E-mail:Bernard.Cathelat@wanadoo.fr。

罗伯·埃伯格，英文系硕士，主修广告符号学。

语言科学博士预备班，专精

书籍目录

这本书的诞生过程到底这是怎么样的一本书
导读原著序前言导论 大众传播的舞台 大众传播的三个主角 定义 演出 编导 剧情传播中各项互动因素 ——传播综合系统 编导艺术 传播 一点也不客观 传播就是再创造 传播就是谈判 传播就是选择 选择与受众的关系 选择事实的内涵 选择传者的标志 选择工具传播综合系统中的各项元素传播工程传播综合系统沟通的四个原则广告、传播与符码

<<广告创意解码>>

编辑推荐

在近年欧洲集团不断扩张版图的潮流下，现在就要拥有欧洲传播业的知识精华！
别犹豫了，马上读此书！
到底这是怎么样的一本书？
是一本广告天书？
是一本广告传播学？
是一本广告创意配方？
还是一本广告炼金术？
现在就请大家一起来体会……

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>