

<<如何大做广告>>

图书基本信息

书名：<<如何大做广告>>

13位ISBN编号：9787810366229

10位ISBN编号：781036622X

出版时间：2004-5-1

出版时间：汕头大学出版社

作者：梁庭嘉

页数：253

字数：175000

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>

<<如何大做广告>>

内容概要

本书访谈对象涵盖面广泛，藉不同工作领域心得相谈，有助深入了解此地广告业参差不齐的落差现象，通过深度及广度的撰述，十分具有学习参考价值。

本书对中国台湾广告人的细腻报导，察觉到台湾广告人工作上的敬业精神，但也凸显其不懂生活安排与规划，是值得反省改进的。

本书对内地广告圈的趋势预言不是危言耸听，如要改变，只有台湾广告人多深入交流沟通，增强自我多元适应能力、包容力、领导力，相信就有机会扭转。

本书非常适合想到内地发展的广告人、市场营销人、媒介传播人等相关业界人士静心细读，前来此地后就不易患得患失，不会自闭燥郁，做一个“会工作、会生活”，令人敬佩羡慕的中国台湾广告人。

<<如何大做广告>>

作者简介

梁庭喜，台湾广告人，东吴大学哲学系毕业。

历任台湾奥美广告、麦肯广告及台湾电通副创意总监，曾任职于麦肯·光明广告公司（上海）两年，是第一批进军内地的台湾广告人这一。

台湾流行广告金句奖“学生金句奖”评审、时报广告“电通营”讲师及评审。

现为哈比思信息文化工作负

<<如何大做广告>>

书籍目录

引言推荐序 你摸到了什么推荐序 广告一上 市场变样；广告一播 搞活企业自序 上帝正在翻版第一篇 广告公司春秋战国 1 台湾地区广告的乳酪变小了 2 4A广告公司的梦魇 3 土法上马 4 谁把客户抢了 5 服务广告业的服务业（书店）（杂志）（网站）（广告奖奖不完）第二篇 广告客户土洋大战 1 谁是大户 2 傲客不变定律 3 台商不保守也难 4 把宝压在代言人身上【大牌代言人排排站】 5 广告语比不上口与【内地普通话】【台湾普通话】 6 娃哈哈与蛮牛，谁土【内地土味一览表】【台湾土味一览表】 7 班尼顿与贝纳通【两岸命名比一比】第三篇 广告人的“十字军” 1 你还有什么机会 2 跳跃式升官发财【两岸4A广告公司当地员工薪资比较】 3 内地导演抢钱一族 4 留美不学广告【台湾地区之大学广告相关科系】【内地之大学广告系（专业）】【美国之大学广告 硕士】【美国之大学设计硕士】 5 优越感蠢蠢欲动 6 抛弃型创意总监 7 只会工作不会生活【无辜变丑原因调查报告】第四篇 “大中国”广告圈的未来 趋势预言附录

<<如何大做广告>>

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>