

<<广告创意>>

图书基本信息

书名：<<广告创意>>

13位ISBN编号：9787811066173

10位ISBN编号：7811066173

出版时间：2007-11

出版时间：郑州大学出版社

作者：杨海军

页数：354

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

本书在全面梳理世界广告创意发展理论及发展流派的基础上，总结了我国广告创意理论和实践相结合的规律与特点，构建了一个较为完整的广告创意学理论体系，并选用最新的创意案例来帮助理解广告创意的本质特征，明晰广告创意的原则和方法。

本书由九所院校一线教师共同参编，是集体智慧的结晶，反映着参编者的学术思想和学术观点，也观照着创意产业最新发展趋势和发展动态。

本书除适合广告专业的高校学生研读外，还适合有志于广告创意的各界人士阅读使用。

<<广告创意>>

书籍目录

- 1 理论创意学
 - 1.1 广告创意概说
 - 1.2 广告创意的定性与分歧
 - 1.3 广告创意学的学理解构
 - 2 创意流派学
 - 2.1 艺术派的艺术幻境
 - 2.2 科学派的真理追求
 - 2.3 东方创意力量的突围
 - 3 创意生态学
 - 3.1 广告创意的政治话题
 - 3.2 广告创意的市场导向
 - 3.3 广告创意的文化语境
 - 3.4 广告创意的伦理拷问
 - 4 创意心理学
 - 4.1 广告创意的心理解读
 - 4.2 广告创意的心理感应
 - 4.3 广告创意的心理素质
 - 5 创意方法论
 - 5.1 头脑风暴法
 - 5.2 形象思维与抽象思维的交织
 - 5.3 顺向思维与逆向思维的互动
 - 5.4 垂直思维和水平思维的扩散
 - 6 创意系统论
 - 6.1 创意先导
 - 6.2 创意决策
 - 6.3 创意表现
 - 7 创意符号学
 - 8 平面广告创意
 - 9 广播广告创意
 - 10 电视广告创意
 - 11 网络广告创意
 - 12 户外广告创意
 - 13 创意效果学
 - 14 创意教育论
- 后记

<<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>