

图书基本信息

书名：<<The Copy Book 全球32位顶尖广告文案的写作之道>>

13位ISBN编号：9789579613590

10位ISBN编号：9579613591

出版时间：1997.12

出版人：滚石文化股份有限公司

作者：英国D&AD协会

译者：赖治怡

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>

内容概要

这是一本不可多得的经典文案之书。

再多的描述与修饰语言都不及亲自品读经典来的真实。

32位全球一流文案写手亲口讲述他们独特的工作方法与程序。

他们来自这个地球上广告业最发达的国家，在O&M、DDB、Saatchi、JWT等全球知名的广告公司工作，服务过的客户近千个。

32位文案大师的从业时间加起来足够写一部广告史。
至于所获奖项，只能用不计其数来形容。

全书超过200幅作品与大家分享学习。

这本书的概念是如此明白，很难想象之前竟从没出版过，藉着全球32位顶尖文案写作之道的展示，好广告的真相历历显现。

每一部分都由作者肖像及提纲挈领的生涯速写展开，接着便是主文：每一位顶尖文案大师对写作广告文案之道的个人忠告，每位作者都提供了自己文案生涯中最得意的作品，全书作品超过200件。

对本书最有兴趣的，显然会是在广告界工作，或者使用报纸、杂志、海报叫卖产品的男男女女。

教授广告，或者计划与学生讨论这一主题的教师也绝对不可以错过此书，广告研究者也不可忽视此书，他们将在纸页间惊诧面对足证广告“心理阴谋”与“思想操控”之说并不确切的明证。

牛顿曾说：“我之所以看得更远，是因为站在巨人的肩上”，拿起本书的你，如果是位年轻文案，有什么能比阅读此书更能帮助增进你的作品的创造性与魅力呢？

David Abbott
John Bevins
Tony Brignull
Marty Cooke
Tony Cox
Tim Delaney
Simon Dicketts
Jim Durfee
Paul Fishlock
Richard Foster
Neil French
Steve Hayden
Steve Henry
Susie Henry
Adrian Holmes
Lionel Hunt
Mike Lescarbeau
Bob Levenson

James Lowther
Alfredo Marcantonio
Ed McCabe
Tim Mellors
Barbara Nokes
Chris O'Shea
Tim Riley
Andrew Rutherford
John Salmon
Paul Silverman
Indra Sinha
John Stingley
Luke Sullivan
Tom Thomas

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>