第一图书网, tushu007.com

<<广告创意漫笔>>

图书基本信息

书名：<<广告创意漫笔>>

13位ISBN编号：9787500535560

10位ISBN编号：7500535562

出版时间：中国财政经济出版社

作者：王忠诚

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本书系《实用广告丛书》之一。
它以创意是广
告的生命为前提，针对创意的意义、创意的过程、
创意的方法、创意的技巧以及创意的策略作了系
统、深入的理论探讨，并提出了个人的见解。

本书除适合于广告设计人员、专业广告策划
人员、广告主、广告发布者以及工商业界人士阅读
外，也可作大专院校广告专业和美术专业师生的，
参考用书。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

王忠诚 男，1965年生于吉林省长
春市。
法律系毕业，广告学副教授。
并
研修过新闻学、广告学、公共关系学等
多门学科。

作者1988年开始从事广告科学、
艺术研究、公共关系等工作。
曾在深圳
世界建筑导报社任采访部副主任、深圳
南方广告公司业务部主任。
现任吉林省
松花江大学广告系主任、吉林省百思特
国际广告博览有限公司策划总监、长春
市广告研究会会长。

第一图书网, tushu007.com

<<广告创意漫笔>>

书籍目录

第一章 广告创意概说
第一节 广告创意定义
第二节 标新立民，创意生辉
第三节 用最佳创意突显自我
第四节 创意是广告的生命
第五节 广告创意的内容要合情合理
第六节 创意在广告设计中的意义
第二章 广告创意的过程
第一节 心智的培养
第二节 组合旧的要素
第三节 创意是新的组合
第四节 内心的消化过程
第五节 继续地去想它
第六节 搜集原始资料
第七节 最后的阶段
第八节 结束语
第三章 创意的方法
第一节 新的创意和新的方法
第二节 多种多样的广告创作手法
第三节 广告创意设计的艺术表现手法
第四节 电视广告创意的表现手法
第五节 广告创意视觉化的一些方法
第四章 广告创意技巧
第一节 以新获胜
第二节 以奇制胜
第三节 以巧夺胜
第四节 以诚求胜
第五节 以情博胜
第六节 以大得胜
第七节 以小巧胜
第八节 以多取胜
第九节 以广告取胜
第五章 发展创意策略
第一节 CI创意策略初探
第二节 广告创意策略出奇制胜
第三节 正确的创意观
第四节 广告创意策略与社会公德
参考书目

第一图书网, tushu007.com

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