第一图书网, tushu007.com

<<广告策划与创意>>

图书基本信息

书名：<<广告策划与创意>>

13位ISBN编号：9787501981410

10位ISBN编号：7501981418

出版时间：2011-7

出版时间：中国轻工业出版社

作者：王艺湘

页数：192

字数：300000

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

《高等院校专业教材：广告策划与创意》（作者王艺湘）借鉴了广告史上一些优秀的广告作品，并结合近年来国内外广告界出现的一些较精彩的设计案例，对广告策划与创意基本原理、设计技巧等进行了深入浅出的分析，力求做到理论与实践并重，普及与提高兼顾，以期为设计成功的广告提供一些理论与可操作性的指导。
本书从内容总体安排上力图突出四个特点：一是突出基础教育的全面系统性，把握设计艺术教育厚基础、宽口径的原则；二是结合新的艺术设计理念和实例，体现广告策划与创意的现代特点和国际化趋势；三是体现视觉传达设计专业的实用性特点，注重教学需要；四是突显广告策划与创意在广告设计中的重要位置。

<<广告策划与创意>>

书籍目录

第一部分 广告策划
第一章 广告策划的概念
 第一节 广告学与广告
 第二节 广告设计与广告策划
 思考与练习题
第二章 广告策划原点解析
 第一节 广告策划概述
 第二节 广告策划的内容
 第三节 广告策划书的内容
 思考与练习题
第三章 广告市场调查
 第一节 广告市场调查概述
 第二节 广告市场调查的过程
 第三节 广告市场调查的内容
 思考与练习题
第四章 广告定位策略
 第一节 广告定位概述
 第二节 广告定位心理分析
 第三节 广告定位内容
 第四节 广告定位策略
 思考与练习题
第五章 广告媒体策划
 第一节 广告媒体概述
 第二节 广告媒体评价
 第三节 广告媒体的选择
 第四节 主要媒体优劣势分析
 第五节 广告媒体的组合
 思考与练习题
第六章 广告策划的执行与评价
 第一节 广告策划的执行要素
 第二节 广告策划的执行预算
 第三节 广告策划的评价
 思考与练习题
第二部分 广告创意
第七章 广告创意原点分析
 第一节 广告创意概述
 第二节 广告创意的程序
 第三节 广告创意策略
 思考与练习题
第八章 广告文案创意
 第一节 广告文案的概念与构成
 第二节 广告文案写作
 第三节 广告文案创作过程
 思考与练习题
第九章 电视广告创意

第一节 电视广告概述
第二节 电视广告的应用
第三节 电视广告的发布
第四节 电视广告的文案
思考与练习题
第十章 广播广告创意
第一节 广播广告概述
第二节 广播广告的性质
第三节 广播广告文案
思考与练习题
第十一章 网络广告创意
第一节 网络广告概述
第二节 网络广告的运行
第三节 网络广告文案写作
思考与练习题
第十二章 手机广告创意
第一节 手机广告概述
第二节 手机广告的运营
第三节 手机广告文案
思考与练习题
参考书目
附一 优秀广告设计作品欣赏
附二 参考答案

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