

<<世界著名广告作品分析>>

图书基本信息

书名：<<世界著名广告作品分析>>

13位ISBN编号：9787505813953

10位ISBN编号：7505813951

出版时间：1998-05

出版时间：经济科学出版社

作者：祁聿民

页数：291

字数：230000

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>

<<世界著名广告作品分析>>

内容概要

广告意向往往和受众之间与有一段距离，即便受众按照广告意图达到的认知，也有一个心理感受问题。

尤其是广告专业人员为了广告创作的需要，对这些优秀作品创作的思维动向、科学定位、心理沟通等深层意义和技巧，必须进行深刻的认识和全面把握，这都要求对世界优秀广告作品进行认真的分析和鉴赏。

在培养跨世纪广告专门人才的高等广告专业教学中，更有必要开设著名广告作品分析课，以开扩学生视野，增加知识基础，提高创意思维素质，提高广告创作水平。

<<世界著名广告作品分析>>

书籍目录

导论 第一节 优秀广告作品分析概说 第二节 优秀广告的构成要素 第三节 优秀广告的分析评价原则
第一章 媒体性广告分析 第一节 报纸广告 第二节 杂志广告 第三节 电视广告 第四节 广播广告 第五节 户外广告 第六节 橱窗广告
第二章 形象表达广告分析 第一节 商品品质表达广告 第二节 商品形象表达广告 第三节 商品功能表达广告 第四节 视觉引导表达广告 第五节 名人美人表达广告 第六节 商品品牌表达广告 第七节 企业形象表达广告
第三章 感性表达广告分析 第一节 比喻含蓄表达广告 第二节 夸张烘托表达广告 第三节 情节性表达广告 第四节 情感性表达广告 第五节 情感性表达广告 第六节 情侣表达广告 第七节 情感表达广告 第八节 回归表达广告 第九节 谐趣表达广告 第十节 荒诞刺激表达广告 第十一节 民族文化表达广告
第四章 理性表达广告分析 第一节 哲理性表达广告 第二节 说理性表达广告 第三节 劝诱提示表达广告

<<世界著名广告作品分析>>

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>