第一图书网, tushu007.com

<<打开创意的脑>>

图书基本信息

书名：<<打开创意的脑>>

13位ISBN编号：9787509203521

10位ISBN编号：750920352X

出版时间：2008

出版时间：中国市场出版社

作者：韦恩·罗特林顿

页数：216

译者：刘盈君

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

前言

身为广告人，我每天听到“创意”这个词至少一百次。
我们用它来形容人——在创意部门工作的人，用它来形容我们传播的点子——创意人所创作出来的创意作品，用它来响应客户的要求或需求——创意简报。
但当我停下来仔细思考，我想到了两个问题。
第一，创意被太狭隘地界定在广告圈里的某一个方面和某一种人，但实际上在传播业的每一个层面都需要创意：有创意的管理，有创意的客户服务人员，有创意的制片，有创意的媒体人员，有创意的财务人员和行政人员。
如果公司上下都能全面运用创意，整个传播产业一定能变得更好。
第二，说到创意大家

<<打开创意的脑>>

内容概要

在现今激烈的竞争中，我们每个人都必须具备创意思考的能力才能持续保有竞争力。
韦恩‧罗特林顿的书《打开创意的脑》，不仅提醒了我们这个事实，还告诉我们实际要怎么做才能让我们变得更有创意。
　本书特点：这本简单易读的书，能帮助你了解创意的核心原理，并教你如何发想创意点子，进而将创意转化为创新的行动。
　书中涵盖了许多深具启发性的创意思考工具，让你可以现学现用，帮助你在短短几分钟内就想出许多精彩的点子。
一些进阶的工具，则能帮助你用全新的、意想不到的方法重新检视自己和客户或竞争者的企业。
书中更充满了精彩的案例、建议和练习。

作者简介

韦恩·罗特林顿是Allsorts Habit Creation 的创始人和首席执行官。
为全球包括来自亚洲、澳洲、欧洲和美洲等40个国家的公司提供培训和顾问咨询服务。
拥有20多年全球知名广告公司和媒体公司的经验。
韦恩对创意、品牌和消费者有独到的见解。
另著有《开启创意开关》一书。

书籍目录

作者序第一部分 智力、知识与创意第一章 创意与联结思考第二章 创意有什么在不了？
第三章 人人都会联结思考第四章 一切都在你的脑子里第五章 联结点点形成路径第二部分 加快脚步培养创意习惯第六章 三个I第七章 相关联想法第八章 随机联想法第九章 什么最热！
第十章 专家眼光第十一章 产业圆环第十二章 绕弯儿问题第十三章 极度夸张法第十四章 极度抽离法第十五章 比喻法第十六章 精致的尸体第十七章 额外的工具第十八章 培养创意思考的习惯参考文献

章节摘录

在开始谈三个I之前，我们先回头看看在发挥创意时我们常犯的错误。
一般人似乎都有一种选择保守安全做法的倾向，特别是在作团队头脑风暴讨论时，通常我们都不太愿意说出有风险性的想法，免得其他人批评我们的想法甚至批评我们个人。
于是，头脑风暴讨论出来的点子常常沦为平凡无奇，也都是那些我们曾经用过的、安全的、老板会同意、客户也会觉得舒服的点子。
如果你想要的就是安全舒服的点子，那当然没问题，但如果你正在读这本书，我想是因为你已经知道那些安全的创意远远比不上那些不寻常的、令人惊讶的、大胆而又令人难忘的创意。
为

媒体关注与评论

罗特林顿是人类创意潜能的先知。
拥抱他的观点和技巧能帮助我们发挥前所未有的创意潜能。
——史蒂芬·加菲尔（Stephen Gatfield）纽约灵狮广告 首席执行官，Interpublic集团副总裁　　如果你的公司需要更多的创意，那你得像韦恩说的那样开始做创意联结思考。
——克里斯·杰克斯（Chris Jaques）北美扬·罗必凯广告首席执行官　　韦恩·罗特林顿有种特殊的天赋，懂得如何帮助人们发想出很棒的创意并发挥他们的创意潜能。
——彼得·威肯（Peter Wilken）香港Ingra

编辑推荐

对那些想要像创意人一样有创意，却不想和他们一样不按牌理出牌的人们，这是本必读的书。
开关博士（Dr. Switch）又回来了！

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