

<<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>

<<打开创意的脑>>

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。

<<打开创意的脑>>

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。

<<打开创意的脑>>

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

<<打开创意的脑>>

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

<<打开创意的脑>>

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

<<打开创意的脑>>

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！

<<打开创意的脑>>

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>