第一图书网, tushu007.com

<<广告创意与策划>>

图书基本信息

书名：<<广告创意与策划>>

13位ISBN编号：9787509606704

10位ISBN编号：7509606705

出版时间：2009-9

出版时间：经济管理出版社

作者：冯章 编

页数：377

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

《广告创意与策划：方法·技巧·案例》分为上篇和下篇，分别详细论述了广告创意和广告策划。
在上篇“创意篇”中，深刻地解析了广告创意的概念、策略，广告创意的思维方法、技巧，广告方案的创意，以及平面广告创意、广播广告创意、电视广告创意和互联网广告创意等。
下篇是“策划篇”，在本篇中您将会了解到以下精彩的内容：广告策划的基本知识，广告策划的运作过程，广告战略策划，广告策略策划，广告媒体策划，广告策划技巧，广告预算，公关和促销策划，广告发布和效果测定，广告文案写作等。
在市场经济和信息经济迅猛发展的今天，广告业的舞台既精彩纷呈，又竞争激烈。
那么如何成为一个创意和策划的高手？
如何使你的广告标新立异、吸引眼球？
最关键的就是熟练掌握广告创意和策划的特质、方法和技巧。
为了帮助广告业界的朋友，尤其是初入此行业的新手学习和应用广告创意和策划，作者把自己十多年潜心研究的成果斗胆呈现出来，以供读者批评指正。

<<广告创意与策划>>

书籍目录

上篇 创意篇第一章 认识广告创意一、广告创意是什么二、广告创意的特点有哪些三、广告创意有何要求四、创意战略应注重哪十大原则五、广告创意的来源是什么六、广告创意的产生一般经历几大阶段七、如何理解创意在广告设计中的意义八、如何看待无孔不入的创意九、好的广告创意有哪些特征十、广告创意有哪些多样化的创作方法十一、怎样达到最佳的创意十二、评判创意的基本标准有哪些第二章 广告创意的策略一、怎样制定广告创意策略二、做好广告创意应知道哪3个要诀三、功能诉求策略有哪两大原则四、怎样发挥情感策略的作用五、如何注重情感诉求中的沟通效果六、怎样巧妙地利用名人广告策略七、什么是幽默化广告策略八、运用幽默化广告策略的原则是什么九、怎样使创意策略出奇制胜十、法国广告学者提出的9种广告战略第三章 广告创意思维与常用技法一、创造性思维的常用方法有哪些二、发散思维在广告创意中的作用如何三、形象思维在广告创意中的作用如何四、逆向思维在广告创意中的作用如何五、头脑风暴法六、组合法七、信息交合法八、列举法九、抛砖引玉法十、借势造势法十一、系列创意法第四章 广告创意技巧一、新颖制胜二、奇中取胜三、巧用名人四、诚实守信五、以情动人六、设计“ 五招 ”七、选择主题八、创造新形象九、怎样理解广告创意的市场技巧第五章 国际广告大师创意秘诀一、詹姆斯 · 韦伯 · 扬的创意五步骤……第六章 广告方案创意第七章 平面广告创意第八章 广播广告创意第九章 电视广告创意第十章 网络广告创意下篇 策划篇

章节摘录

第一章　认识广告创意　　创意是表现广告主题的灵魂，其目的是为了塑造品牌形象，体现商品个性。
本章着重讲述了广告创意的含义、广告创意的特点、创意战略的十大原则、广告创意的产生过程以及好的广告创意有哪些特征等内容。
一、广告刨意是什么　　（一）广告创意概论　　著名广告大师詹姆斯·韦伯·扬深刻指出：“广告上的创意，是把所有广告的商品对消费者特殊的知识，以及人生与世界各种事物之一般知识，重新组合而产生的。
”　　《中外商贸大百科全书》写道：“广告创意指广告意念的创造，是从公司经营特点和商品特点出发，创造一种能为买者所接受的观念，如一种生活观念、价值观念与审美观念等。
”　　20世纪80年代初，“创意”一词开始在中国广告界出现。
创意作为一种重要的思维方式、工作方式，特别是作为一项职业、产业，是在欧美国家兴起的。
但就“创意”的原意乃是创造性的意念而言，中国古已有之。

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