第一图书网, tushu007.com

<<广告创意与实训>>

图书基本信息

书名：<<广告创意与实训>>

13位ISBN编号：9787531029694

10位ISBN编号：7531029693

出版时间：2008-1

出版时间：河北美术

作者：江绍雄

页数：118

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

《教育部高等学校高职高专艺术设计类专业教学指导委员会规划教材：广告创意与实训》是教育部高等学校高职高专艺术设计类专业教学指导委员会规划教材。
它通过广告的概念与基础、广告的创意方法与实践、广告创意比较与欣赏这三个方面，系统地将广告的精髓阐述出来；它鼓励学生突破传统广告的套路，以创意去赢得市场，赢得尊重。
书中收录了大量中外广告大赛的获奖作品及成功广告案例，以最直观的方式解析经典，率先将“视觉行销”这一概念普及并应用开来。
系统而又生动地阐述r关于创意的开发想象、文案的创意方法等等。
其教材提出的观点、内容自始至终贯穿着普及知识、创新思维及与时俱进的精神，其针对性与前瞻性使得教材合理、现实而又科学。
《教育部高等学校高职高专艺术设计类专业教学指导委员会规划教材：广告创意与实训》所选用的案例一部分来源于国际国内获奖作品，大部分来自作者汀绍雄先生旗下的蓝道（中国）广告公司的创意实践，极具原创性，非常值得向各大改革中的高等院校介绍及推广。

<<广告创意与实训>>

书籍目录

第一章　基础理论篇——关于广告，你要知道的n件事一、广告的基本概念1.广告的概念与要素2.广告的功能与原则3.广告的分类二、广告的基本构架1.广告代理公司2.广告目标客户3.广告与市场营销4.广告与多种媒体5.广告与品牌第二章　广告创意与实训——关于想象力，你要知道的n件事一、广告创意方法（用创意来满足人们的喜新习惯）1.广告创意的过程2.广告的策略思考3.广告创意的方法4.广告创意的执行5.广告的测试与评估二、视觉行销力（人类认知世界83%来自视觉）1.视觉行销与认知规律2.视觉行销与信图年代3.视觉行销与互动时代三、不懂你就问，不懂你就学1.关于一个广告人的生活第三章　广告创意欣赏与分析——关于学以致用，你要知道的三件事一、多读广告，方能悟出真道1.公益的广告方式2.国际市场的广告方式3.娱乐大家后记写在后面

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