

<<传播的法则>>

图书基本信息

书名：<<传播的法则>>

13位ISBN编号：9787534469671

10位ISBN编号：7534469678

出版时间：2014-1

出版时间：江苏美术出版社

作者：[日]伊藤直树

译者：高森 赵晨

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>

<<传播的法则>>

内容概要

本书是伊藤直树通过教育对话的方式，由浅到深的介绍了他所认为的交互设计常识，并通过对大量已有成功案例的分析，把常识与实践进行有机结合，广告的表现形式已从“告知”、“灌输”阶段进入了“交互”阶段，从接受者的角度实现“结构”与表现形式的完美结合。

但如何进行商品、企业、消费者直接的沟通？

如何实现广告接受者的共鸣？

如何运用媒体进行最大程度的“交互”？

伊藤直树在《传播的法则》一书中结合经典设计案例和教学实践，为您一一解答。

<<传播的法则>>

作者简介

1971年静冈县生。

现任京都造型艺术大学教授。

2011年设立创意实验室“PARTY”。

伊藤直树在多种媒体领域都有“设计”方面的经验。

曾在日本排名第三大的广告公司ADK工作。

擅长不受媒体束缚的广告设计，参与过电视广告的策划、广告文案撰写、艺术指导、战略PR等，并参与商品开发、事业提案与社会活动。

<<传播的法则>>

书籍目录

“交互”将街头变为游乐场
线索隐藏在日常生活中
企划书中需要图片
“假设”在视觉化方面的体现
思考“使之流行的计划”
“彻底思考过的痕迹”
加入“交互”的重要性
尽量避免“相似”
完美由想象力决定
形式与表现同样重要“共鸣点”的重要性
“创意核心”决定“创意手段”
“必然性”的表现手段
让接受者的左右脑都能理解
“表现方式”的选择动机
文化背景决定传播方式
发现者为胜
如何完美衔接各种媒体
剔除不自然与牵强的部分
追究“为什么”，抓住本质
彻底回归“体验式”交互

<<传播的法则>>

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>