

<<食品饮料广告创意设计>>

图书基本信息

书名：<<食品饮料广告创意设计>>

13位ISBN编号：9787564131272

10位ISBN编号：7564131276

出版时间：2012-1

出版时间：东南大学出版社

作者：杜秀玲

页数：142

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>

<<食品饮料广告创意设计>>

内容概要

《食品饮料广告创意设计》对食品饮料行业的广告进行了详细研究，从行业广告特点、广告设计创意、广告案例分析、广告策划、广告文案、广告媒体、管理与法规、发展趋势等方面结合具体的案例进行详细的论述。

本书采用图文结合的方式来增强可读性，语言深入浅出、通俗易懂。

《食品饮料广告创意设计》适用于广告设计专业、视觉传达专业、平面设计专业的高校学生及从事广告创意设计的专业人员的学习与阅读。

<<食品饮料广告创意设计>>

作者简介

杜秀玲，女。
1976年出生，吉林省自山市人，毕业于吉林艺术学院美术设计系。
现在河南工业大学艺术学院从事艺术设计教学工作。

从2001年起先后参与编写了《学会上大学》、《穿越败局·广告与公关篇》、“缤纷装饰丛书”中《隔断与艺术玻璃》三部曲。
其中《学会上大学》荣获河南省教育系统科研成果著作类一等奖。

<<食品饮料广告创意设计>>

书籍目录

第一章 食品饮料广告概述

- 一、概述
- 二、国外食品饮料广告的现状
- 三、国内食品饮料广告的现状存在问题

第二章 食品饮料的种类概况与广告特点

- 一、食品饮料的种类概况
- 二、食品饮料广告的特点

第三章 食品饮料广告设计创意

- 一、食品饮料广告创意的原则
- 二、食品饮料广告创意策略
- 三、食品饮料广告创意的方法

第四章 食品饮料广告案例分析

- 一、食品广告案例分析
- 二、饮料广告案例分析

第五章 食品饮料广告的策划

- 一、广告策划的特征
- 二、食品饮料广告策划的内容

第六章 食品饮料广告文案的创作

- 一、食品饮料广告文案创意要求
- 二、食品饮料广告文案语言的基本形式
- 三、食品饮料广告文案写作中常用的修辞手法
- 四、食品饮料在不同媒体的广告文案

第七章 食品饮料广告策划案例

- 一、红罐王老吉品牌定位战略
- 二、麦当劳品牌广告创意解析
- 三、可口可乐品牌传播策略

第八章 食品饮料广告的媒体选择

- 一、食品饮料广告媒体的基本类型及其特点
- 二、食品饮料广告媒体策略制订
- 三、食品饮料广告的媒体选择原则与根据
- 四、食品饮料广告的媒体组合
- 五、食品饮料广告的媒体购买执行
- 六、食品饮料广告的媒体效果评估

第九章 食品饮料广告的管理与法规

- 一、食品饮料广告管理的概述
- 二、食品饮料广告的法规管理
- 三、关于建立食品饮料广告法的思考

第十章 我国食品饮料广告的发展趋势

- 一、我国食品饮料广告的发展趋势
- 二、如何提高我国食品饮料广告的水平

参考文献

后记

<<食品饮料广告创意设计>>

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>