

<<广告创意解码>>

图书基本信息

书名：<<广告创意解码>>

13位ISBN编号：9787801556165

10位ISBN编号：780155616X

出版时间：2003-9

出版时间：中国物价出版社

作者：沈吕百

页数：252

字数：344000

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>

## <<广告创意解码>>

### 内容概要

这是一本将广告创意解构的书，也是欧洲传播界之首EUROCOM集团进行实证研究的经验所得，为其最推崇的传播分析模式，是传播人在为传播方向进行选择时的标准范本。坊间可以找到许多广告相关论述的书，却独缺对于广告创意实作方法的工具书，徒使广告创意蒙上神秘色彩，现在本书就是你的最佳宝典。

## 作者简介

贝纳德·格塞雷，心理学学士、社会心理学博士。

主修社会生活形态、专精于社会文化区隔研究CCA以及Foreseen观察所共同创办人兼研究总监ALTAIR协会的创办者。

E-mail:Bernard.Cathelat@wanadoo.fr。

罗伯·埃伯格，英文系硕士，主修广告符号学。

语言科学博士预备班，专精

书籍目录

这本书的诞生过程到底这是怎么样的一本书 导读 原著序 前言 导论 大众传播的舞台 大众传播的三个主角 定义 演出 编导 剧情传播中各项互动因素 ——传播综合系统 编导艺术 传播 一点也不客观 传播就是再创造 传播就是谈判 传播就是选择 选择与受众的关系 选择事实的内涵 选择传者的标志 选择工具 传播综合系统中的各项元素 传播工程 传播综合系统沟通的四个原则 广告、传播与符码

<<广告创意解码>>

编辑推荐

在近年欧洲集团不断扩张版图的潮流下，现在就要拥有欧洲传播业的知识精华！  
别犹豫了，马上读此书！  
到底这是怎么样的一本书？  
是一本广告天书？  
是一本广告传播学？  
是一本广告创意配方？  
还是一本广告炼金术？  
现在就请大家一起来体会……

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>