第一图书网, tushu007.com

<<广告策划创意>>

图书基本信息

书名：<<广告策划创意>>

13位ISBN编号：9787806855447

10位ISBN编号：7806855440

出版时间：2006-3

出版时间：上海画报出版社

作者：张惠辛

页数：135

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

广告策划创意学是广告学科体系中的重要组成部分，也是我国广告学界目前研究最为薄弱的环节之一。
本书共十二章，对广告策划的概念、意义、内容构成和操作程序；广告市场要素分析和产品存在方式分析等作了详尽而有条理的论述。
书中列举了大量生动形象的实例，有助于读者加深对本书所述内容的理解，具有很强的实用性。
本书可作为广告专业的学习教材，也供读者阅读学习。
本书作者通过一系列文章与两本书提出了“ 人生策划 ”与“ 人性创意 ”的观点和理论。
2005年，本书作者与他主编的《中国广告》上先后探索了“ 从纵向传播到横向传播 ”、“ 生活接触点媒体的崛起 ”、“ 超广告传播 ”等一系列全新的理论话语，在广告圈内外引起一定的反响。
我们坚信，真正的广告理论与自豪感语建设一定能够回答现实与实践的问题。
这本书要讲的似乎是一个已经被重复多遍的话题，然而，我们不想再重复了！
请您读一读这本谈策划与创意的教材，便会发现，我们已经开始试图去探索与把的握这些领域的本质的规律和话语。

作者简介

张惠辛，现任《中国广告》杂志社社长兼主编、中国广告协会学术委员会委员、中国企业联合会广工委专家委员会委员。
1990年于上海师范大学中文系文艺美术专业硕士毕业后进入广告策划界，成为国内最早进行职业化运作的策划人之一。
曾主持并执笔国内重大策划项目十余个，也是国内最早从事策划专业研究的学者，发表相关论文数十篇。
2003年曾在日本电通短期研修策划与创意理论。
现任《中国广告》杂志社主编，上海大学广告系教授；并兼任中国广告协会学术委员会委员、中国企业联合会广告工委专家委员会委员、中国CIS年鉴编委会主任；担任上海师范大学、华东理工大学、上海外国语学院、上海建桥学院等高校传播与广告专业的兼职教授。
近年来还担任中国策划院策划师（证书）培训班的常聘讲师。
著有《艺术文化导论》《广告创意设计》《4A杰出人性创意96例》、《价值过亿---人性策划的故事》等。
《中国广告》杂志创办于1981年，是国内第一本广告专业刊物。
月刊、大16开、彩色精印，《中国广告》由中国出版集团主管，东方出版中心、上海百联集团有限公司、上海市广告协会联合主办。
《中国广告》杂志是研究中国广告现状和发展的专业刊物：致力于广告学、广告理论及广告相关科学的研究和探讨；研究各类广告的创意、设计、制作；交流国内外成功广告案例和优秀作品；报道国内外广告动态；介绍广告新技术、新材料、新方法。
杂志辟有“中国广告论坛”，“广告研究”，“市场观察”，“个案分析”，“品牌透视”，“海外广告”等栏目及彩色图版。

<<广告策划创意>>

书籍目录

前　言　探询策划与创意的本质话语第一章　广告策划的概念和意义一　　策划的词义考察二　　广告策划的含义：从单一到整体三　　广告策划的基本特性四　　广告策划的意义第二章　广告策划的内容构成和操作程序一　　广告策划内容的构成板块二　　广告策划的操作程序和渠道第三章　广告市场要素分析一　　市场总量分析二　　产品生命周期的分析三　　市场分割的主要方法第四章　产品存在方式分析一　　一般性分析和产品存在方式分析二　　产品深度市场属性的几种表现形式第五章　消费者变量分析一　　消费者购买心理的一般过程二　　判断真正的消费者三　　消费者关心点的分析四　　掌握影响购买决策的人第六章　市场综合分析一　　竞争对手分析二　　问题点和机会点分析三　　确定广告目标第七章　广告策略一人性化视角一　　广告策略概念界定二　　强势广告策略三　　人性本能与广告策略四　　智性本能与广告策略五　　跨文化人性广告策略——全球化与区域化策略第八章　策略创意——定位方法一　　定位：占据消费者的心智二　　定位的几个原则三　　定位的主要手段第九章　广告媒体策划要领一　　广告媒体与媒体策划二　　广告媒体策划的主要内容和流程三　　影响媒体选择的内部因素四　　影响媒体选择的外部因素五　　媒体优化：整合与创新第十章　广告活动策划一　　基本概念辨析二　　公关与事件营销策划的基本原则三　　促销活动的基本原则四　　促销活动的主要方式五　　活动策划的基本程序第十一章　广告创意的价值与程序一　　广告创意的内涵和外延二　　广告创意程序三　　广告创意沟通点的确定四　　戏剧化的处理方式第十二章　广告创意的基本方法和原则一　　广告创意的基本方法二　　广告创意的基本原则后　记

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