

<<廣告陽謀 - 廣告創意大公開>>

图书基本信息

书名：<<廣告陽謀 - 廣告創意大公開>>

13位ISBN编号：9789571329666

10位ISBN编号：9571329665

出版时间：1999年09月13日

出版时间：時報文化

作者：邱莉玲

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>

## <<廣告陽謀 - 廣告創意大公開>>

### 內容概要

廣告個案研究學習 作者以近三年的時間費心蒐集曾在台灣折起風潮的廣告故事，為本土廣告業界留下一頁「廣告大戰」的歷史資料，而將其所得彙編，讓讀者參考。

本書專欄深度報導過將近一百六十個案例，由行銷圈中外菁英口中忠實記錄台灣市場行銷演變的歷程，包括寶僑、麥當勞等國際級企業的行銷哲學，以及台灣本土行銷的蛻變和驕傲，進而成功對外輸出模式的經驗，當然不少慘烈的商戰也歷歷在目，同時精實累積許多廣告市調資料，也可望建立起台灣第一套公開廣告效果參考基準值。

作者建議用完全學習的方式來看待本書，因為所有的廣告和行銷從來都不只有一種單純的表現形式，更不是為了創意而創意，它出自為某個特定的市場目標，集合眾人智慧精準地量身打造，所以本書用個案研究的形式呈現，無疑是提供旁觀者一個最接近真實、可能的經驗，也是廣告創意最希望達到的最高境界。

本書以小故事的個案呈現方式也能夠讓讀者可以較輕鬆的態度從中學習到作者想要傳達給讀者的訊息，使讀者能從故事中汲取曾經誓起眾多流行風潮的廣告創意概念和過程，進而能夠創造屬於自己的觀念，能與對手競爭，在強敵環伺中生存。

作者簡介 邱莉玲，輔仁大學企業管理系畢業，曾任職《卓越雜誌》和《廣告雜誌》，現為工商時企業生活小組召集人。

<<廣告陽謀 - 廣告創意大公開>>

書籍目錄

廣告即生活 賴東明 另類軌道的廣告經驗 鄭松茂 他們微笑的樣子 自序 第一部 廣告超人氣 拿集團做靠山，信賴感跟著來 和信電訊「豐年祭篇」廣告時機透露策略走向 諾基亞行動電話「雕像」篇 不要科技，要生活 泛亞電信「業務員篇」開創品牌優先的消費意識 麥當勞「搖籃」篇 科技享樂主義 愛普生印表機「超世代家庭」篇 其實我懂你的心 黑松汽水「父子」篇 溫馨可愛克竟全功 熊寶貝衣物柔軟精「戶外」篇 跳脫市場舊競爭 曠世奇派卡布奇諾雪糕「機艙」篇 粉紅熱

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>