

《现代广告 表达与创意》

图书基本信息

书名：《现代广告 表达与创意》

13位ISBN编号：9787800887192

10位ISBN编号：7800887197

出版时间：1996-02

出版社：中国社会出版社

作者：欧阳康

页数：334

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

内容概要

内容简介

《现代广告 表达与创意》一书是作者在高等院校广告专业教学和广告公司策划和创意的经验基础上完成的。全书不仅对广告的一般理论和历史沿革进行了分析和介绍；还着重论述了广告在商品生命周期不同的阶段的表达以及多种的广告表现方式，特别是目前国外广告一些崭新的表达形式；本书另一个重点是对广告创意进行了比较全面的论述，还对电视、广播、报纸、杂志等大众媒介的广告创意进行了剖析。《现代广告》一书既有系统完整的理论描述，又有引人入胜的案例分析；文字深入浅出，娓娓道来，使人在轻松愉快之中获得了有关现代广告的知识。书中立意新颖，编排独特，对广告营销、管理、经济、公关及有意了解市场经济的人士来说，是一本有所裨益的好书。

作者简介

作者：欧阳康，57年生于北京，南开大学法学硕士，现为深圳大学文化与传播系广告教研室主任。曾著有《大众媒介通论》、《公共关系策划》、《公共关系大辞典》、《社会心理学》等书和有关传播及广告方面的论文，任多家广告公司的顾问并参与多项广告策划、营销策划、创意工作及公共关系活动的策划等。

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:www.tushu000.com