

《广告游戏》

图书基本信息

书名：《广告游戏》

13位ISBN编号：9787810364942

10位ISBN编号：7810364944

出版时间：2003-1-1

出版社：汕头大学出版社

作者：黄文博

页数：256

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

书籍目录

出版缘起

《推荐序》了解广告，肯定

《推荐序》观察、理解及记忆的智慧

《新版自序》再玩一次……或者……玩儿了

《自序》有心人永不嫌多

- | | |
|----------|---------|
| 第一篇 基础检视 | 从了解激发兴趣 |
| 第二篇 孕育策略 | 从原点决定胜负 |
| 第三篇 萌发创意 | 从原则找到窍门 |
| 第四篇 善用媒体 | 从观念引导技术 |
| 第五篇 绿叶红花 | 从角落影响全局 |
| 第六篇 双边关系 | 从交手变为交心 |
| 第七篇 有感而发 | 从浪漫观望现实 |

《广告游戏》

精彩短评

- 1、广告人该读的书
- 2、黄文博的书都不错！
- 3、出版方搞错了作者名字了吧？应该是黄文博~
- 4、入门级
- 5、潘家园地摊 5块钱

《广告游戏》

精彩书评

章节试读

1、《广告游戏》的笔记-第29页

你要找的不是只会点头说“是”的“广告人”，而是可以和你进行脑力激荡的伙伴。

2、《广告游戏》的笔记-第20页

你要找的广告公司不该用“好不好”这种具有深厚价值判断色彩的标准做选择依据，而应该讲究“合不合”。广告公司有下列几种类型：一、具有国际色彩的综合广告公司；二、本土性综合广告公司；三、小型广告公司；四、专门广告公司；五、个人工作室。

3、《广告游戏》的笔记-第25页

广告作业详细的流程

4、《广告游戏》的笔记-第15页

“广告”一词其实涉及了最少六个层面的功能（“Function”）；业务（Account）、计划（Planning）、创意（Creative）、媒体（Media）、制作（Production）及行政（Administration）。

《广告游戏》

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