

《广告文稿策略》

图书基本信息

书名：《广告文稿策略》

13位ISBN编号：9787309022049

10位ISBN编号：7309022041

出版时间：1999-1

出版社：复旦大学出版社

作者：[日] 植条则

页数：361

译者：俞纯麟,俞振伟

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

《广告文稿策略》

内容概要

植条则夫，1934年出生于日本大阪。毕业于大阪社会事业短期大学（现大阪府立大学社会福利学部），关西大学文学部、法学部和经济学部，兼修完和歌山大学经济学专业课和该大学大学院经济学研究科课程。曾任电通广告公司的Copywriter，Creative Director；现为日本关西大学社会学部教授，并任中国上海复旦大学顾问教授、上海大学兼职教授；还任日本公共广告机构管理委员，日经广告研究所客座研究员，日

书籍目录

序

第一章 从广告策划到创意策略——广告文稿的目的

第一节 广告文稿与广告目标

第二节 广告目标的分类

第三节 广告策略与创意策略

第四节 产品概念和定位

第二章 创意的构思及其手法

第一节 创意和灵感

第二节 构思和五个阶段

第三节 创意生成的诸项手法

第三章 广告文稿的基本要素

第一节 文稿与文稿

精彩短评

- 1、啊啊 真亲切 我遥远的大学时代~~~
这是我大学期间难得认真读完的专业书
还是为了俞振伟的读书报告
- 2、实在的书。
- 3、boss推荐读的 算是第一本完整读下来的广告书籍了。但是没什么特别深刻的印象。
- 4、有点古旧了，日本人讲的广告很精细，每个创意和最终表现，都建立在严密的工具和策略基础上。
。
- 5、没意思啊.....
- 6、相当无聊

《广告文稿策略》

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