

《广告设计基础》

图书基本信息

书名：《广告设计基础》

13位ISBN编号：9787515319135

出版时间：2013

作者：(英)肯·伯坦肖,尼克·马洪,凯洛琳·巴尔福特

页数：183

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

《广告设计基础》

内容概要

本书包含四章内容，其中第一章媒体选择，详细讲解了针对不同广告需求选择合适的媒体，包括报纸与杂志、广播、电视与电影、海报、直接邮寄、环境型广告与游记式广告以及数字与网络广告。第二章宣传活动规划与策略，对客户、市场研究、项目规划和创意简报进行了非常详细的剖析。第三章创意理念，讲述了创意团队、艺术指导、调研与熟识、制作广告宣传活动的的外观以及字体设计。第四章广告的未来，对不断变化的产业、新型客户与广告机构、广告战略如何演变、轰动：突破的新方法以及利用新技术等方面进行了分析与展望。

《广告设计基础》

精彩短评

1、感觉内容有点太高级，面对国外高级业内人士，很多战略上的东西太乏味就略过了，案例还是可圈可点的。

《广告设计基础》

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