

《《文創行銷》》

图书基本信息

书名：《《文創行銷》》

13位ISBN编号：9789571170216

出版时间：2013-3-8

作者：鄭自隆

页数：344

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

《《文創行銷》》

內容概要

談「文創」，不能只說「文創產業」，而要著眼於「產業文創化」！

「文創產業」將文創窄化為「設計產業」與「內容產業」，「產業文創化」方能擴大視野，將文創融合為庶民生活的一部分，而非菁英專屬。文化是生活方式的呈現，也是族群的集體記憶與先民活動軌跡；而創意是可提昇價值的創新思維或作法，予以商品化或傳播化。因此所有的生活方式、產業經營只要能連接「文化」、「創意」這兩個元素，都可以成為「文創產業」。

所以簡單的說，「產業文創化」就是「文化商品化、商品文化化」，透過適當的包裝與傳播，使其campaignable，就是「文創行銷」。

作者簡介

鄭自隆

國立政治大學傳播學博士

現任：國立政治大學廣告系專任教授（1995-）

專書著作：

1992《競選文宣策略 - 廣告、傳播與政治行銷》，台北：遠流

1995《競選廣告 - 理論、策略、研究案例》，台北：正中

1997《企業公共關係》，台北：國立空中大學（合著）

1998《廣告學》，台北：國立空中大學（合著）

2001《廣告管理》，台北：國立空中大學（合著）

2004《競選傳播與台灣社會》，台北：揚智

2005《文化行銷》，台北：國立空中大學（合著）

2006《各國傳播媒體自律規範》，台北：行政院新聞局

2007《打造 台灣 品牌》，台北：國立編譯館

2008《電視置入 - 型式、效果與倫理》，台北：正中

2008《廣告與台灣社會變遷》，台北：華泰

2009《廣告代理50年 - 東方廣告公司與台灣廣告產業》，台北：遠流

2012《競選傳播：策略與管理》，台北：華泰

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