

《广告人创意笔记》

图书基本信息

书名：《广告人创意笔记》

13位ISBN编号：9787506436946

10位ISBN编号：7506436949

出版时间：2006-5

出版社：中国纺织出版社

作者：李方毅

页数：278

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

《广告人创意笔记》

内容概要

创意是广告的灵魂，灵感是创意的源头，本书以严肃的心闲谈专业，来自工作和生活中新鲜的话题和案例，通过流畅的笔触解析了专业问题。适合于广告人、准广告人和广告主等人士阅读。也有助于其他读者更新观念、活跃思维、开启灵感之门。

《广告人创意笔记》

作者简介

李方毅，资深广告策划人，财经媒体专栏作家；在业界首倡“中国机构全品牌运动”，并获得2003年度中国优秀策划专家奖；河南大学广告学系兼职教授，山东经营管理研究会传播委员会主任；现任北京世纪经纶整合传播集团旗下山东世纪经纶营销企划公司总经理；已出版《品牌打造

《广告人创意笔记》

书籍目录

第一章 生活中的广告学 济南刘家功夫针铺 白酒广告突围 没事偷着乐 广告效果掂谈 广告乱弹 知识改变命运的最新脚本 名人广告杂谈 中国式感动 概念化的迷局 绿色营销正当时 一个广告人1000天的省思 有效沟通的说话 以严肃心，闲谈专业 “乐凯”是不是名牌谁说了算 广场 坊间出了“泻停封” 香得有理由 “头发事件”与危机公关 最伟大的口号 过杭州 要的就是现在 为有源头活水来 从容品味中 观众学精了 综艺节目综合症 孟洛川与瑞蚨祥的经营术 《蔚蓝诡计》随想 可怕的挂钟——羊城笔记之一 时尚菜谱新编——羊城笔记之二 无法一手掌握——羊城笔记之三 广交会上的美女秀——羊城笔记之四 最牛的厨师和最牛的牛肉——羊城笔记之五 历史将被重新改写——羊城笔记之六 食都的尴尬——羊城笔记之七 鬼节——羊城笔记之八 老蒙——羊城笔记之九 母耗子的名言——羊城笔记之十第二章 品牌化生存第三章 背后玄机第四章 感性调查第五章 产业观察显微镜

《广告人创意笔记》

精彩短评

- 1、很棒的一本广告人笔记。
- 2、2012-11-07~~2012-11-12

《广告人创意笔记》

精彩书评

1、这是我的真实感觉。也许是我读的书还不够多吧，总感觉少了点什么，然后整本书看起来比较简单但是还是没有达到预期想要到达了解的内容。看颜值其实还不错啦，不得不说的一句话，就是最一开始其实是被书皮的封面所打动的。然后每个人都有每个人的阅读观点，也许我想要的未必是别人想要的。这里的意见仅供参考！

《广告人创意笔记》

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