

《广告设计的市场效应》

图书基本信息

书名：《广告设计的市场效应》

13位ISBN编号：9787532225606

10位ISBN编号：7532225607

出版时间：1999-3-1

出版社：上海人民美术出版社

作者：卢少夫

页数：80

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

《广告设计的市场效应》

内容概要

本书以大量成功的广告设计方案来讲述了广告设计与市场效应的关系。全书以大量的图片配以简洁明了的文字说明，使读者看得明白，学得懂，从而透彻地领会广告所具有的重要作用。该书内容丰富，图文并茂，印刷精美，实为一本不可多得的广告设计参考图书。

《广告设计的市场效应》

书籍目录

引言

1. 广告案例学习方法探门
2. 巴黎百货商店行业的广告设计争夺战
3. 案例1市场领导者---“拉法耶特”(Lafayette)百货商店
4. 案例2市场挑战者---“春天”(Printemps)百货商店
5. 案例3市场追随者---“撒玛利亚”(Samaritaine)百货商店
6. 案例4市场补缺者---“大地”(TATI)百货商店
7. “拉法耶特”(Lafayette)百货商店的广告设计
8. “春天”(Printemps)百货商店的广告设计
9. 其他百货商店的广告设计
10. 外来高级品牌产品巴黎专卖店的广告设计
11. 牛仔裤专卖店的广告设计
12. 时装专卖店的广告设计
14. 香水专卖店的广告设计
15. 药品专卖店的广告设计

.....

《广告设计的市场效应》

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