

<<广告策划创意学>>

图书基本信息

书名：<<广告策划创意学>>

13位ISBN编号：9787309035742

10位ISBN编号：7309035747

出版时间：2003年1月1日

出版时间：复旦大学出版社

作者：余明阳，陈先红 主编

页数：430

字数：485000

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：<http://www.tushu007.com>

<<广告策划创意学>>

内容概要

广告策划创意学是广告学科体系中的重要组成部分，也是我国广告学界目前研究最为薄弱的环节之一。

本书是高校广告专业的一部新教材。

全书分为上、下编，共十三章，对广告策划的特点、作用、原则、内容和基本程序及广告市场调查的方法和技巧；产品的定位和策略；市场的分析；广告战略的多角度设计；广告媒体渠道的选择；广告的表现和实施；广告创意的一般特点与技法；广告文案、平面广告、广播广告、电视广告创意的原理和方式，以及广告效果的评估等，作了详尽而有条理的论述。

书中列举了大量生动形象的实例，有助于读者加深对本书所述内容的理解，具有很强的实用性。

<<广告策划创意学>>

作者简介

余明阳教授，1964年出生，浙江省余姚市人，1979年起先后就读于浙江大学、复旦大学、北京大学，哲学学士、经济学硕士、博士、管理学博士后。

华中科技大学品牌传播研究所所长、深圳大学传播系主任、国际信息科学院院士、中国策划研究院院长、中国市场学会品牌战略委员会主

<<广告策划创意学>>

书籍目录

上编 广告策划 第一章 广告策划概说 策划案例赏析1：黑松饮料平面广告 第一节 策划的概念与界定 第二节 广告策划的概念、特点及作用 第三节 广告策划的基本原则 第四节 广告策划的内容和程序 第五节 广告策划报告 创意链接1：蚂蚁们在干什么？

第二章 广告市场调查 策划案例赏析2：夏士莲——长发篇 第一节 广告市场调查的目的和要求 第二节 广告市场调查的内容和范围 第三节 广告市场调查的方法和技巧 创意链接2：比比谁的吸引力大？

第三章 市场认识与细分 策划案例赏析3：曲美家具电视广告《小狗篇》 第一节 市场认识 第二节 市场细分 第三节 市场细分的作用 创意链接3：这是什么图画？

第四章 产品认识与定位 策划案例赏析4：泰达生态保暖衬衣 第一节 产品认识 第二节 产品分析 第三节 产品定位 创意链接4：运动的沙发？

第五章 广告战略策划 策划案例赏析5：武汉庄胜崇光（开业篇） 第一节 广告战略策划概述 第二节 广告战略目标 第三节 广告战略设计 第四节 广告预算策划 创意链接5：美人鱼要干什么？

第六章 广告媒体渠道策划 策划案例赏析6：庄胜崇光（形象篇） 第一节 广告媒体渠道概述 第二节 广告媒体渠道策划的程序 第三节 广告媒体渠道选择的影响因素与优化组合 第四节 广告媒体渠道选择的方法与原则 创意链接6：地球的声音？

第七章 广告推进程序策划 策划案例赏析7：TCL手机广告 第一节 广告表现策略 第二节 广告推进策略 第三节 广告实施策略 创意链接7：考场上的秘密？

下编 广告创意 第八章 广告创意概说 策划案例赏析8：爱立信手机广告 第一节 广告创意的基本内涵 第二节 广告创意的产生过程 第三节 广告创意的思维方法 第四节 广告创意的创造技法 第五节 广告创意者的素质开发 创意链接8：胸部与脑部的结合？

第九章 广告文案创意 策划案例赏析9：夏士莲——黑发迎奥运 第一节 广告文案创意概述 第二节 广告文案主题创意 第三节 广告文案结构的创意 第四节 广告文案语言的创意 创意链接9：历史的重演？

第十章 平面广告创意 策划案例赏析10：农夫山泉的申奥广告 第一节 平面广告概述 第二节 报纸广告创意 第三节 杂志广告创意 第四节 其他平面广告创意 创意链接10：这个月没来？

第十一章 广播广告创意 策划案例赏析11：哈利波特让世界疯狂 第一节 广播广告概说 第二节 广播广告创意的涵义与特征 第三节 广播广告创意的原理与方法 创意链接11：为何狂奔？

第十二章 电视广告创意 策划案例赏析12：麦当劳本土温情系列广告 第一节 电视广告概述 第二节 电视广告创意的涵义与特征 第三节 电视广告创意的一般方法 创意链接12：连粉也不抹一下，能看吗？

第十三章 广告效果评估 策划案例赏析13：向左走，向右走 第一节 广告效果的概述 第二节 广告效果评估模式 第三节 广告效果评估的方法 创意链接13：他在干什么？

附：创意链接答案及点评

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:<http://www.tushu007.com>