

<<广告策划创意>>

图书基本信息

书名：<<广告策划创意>>

13位ISBN编号：9787806855447

10位ISBN编号：7806855440

出版时间：2006-3

出版时间：上海画报出版社

作者：张惠辛

页数：135

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>>

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。

本书共十二章，对广告策划的概念、意义、内容构成和操作系统；广告市场要素分析和产品存在方式分析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。

本书可作为广告专业的学习教材，也供读者阅读学习。

本书作者通过一系列文章与两本书提出了“人生策划”与“人性创意”的观点和理论。

2005年，本书作者与他主编的《中国广告》上先后探索了“从纵向传播到横向传播”、“生活接触点媒体的崛起”、“超广告传播”等一系列全新的理论话语，在广告圈内外引起一定的反响。

我们坚信，真正的广告理论与自豪感语建设一定能够回答现实与实践的问题。

这本书要讲的似乎是一个已经被重复多遍的话题，然而，我们不想再重复了！

请您读一读这本谈策划与创意的教材，便会发现，我们已经开始试图去探索与把握这些领域的本质的规律和话语。

<<广告策划创意>>

作者简介

张惠辛，现任《中国广告》杂志社社长兼主编、中国广告协会学术委员会委员、中国企业联合会广工委专家委员会委员。

1990年于上海师范大学中文系文艺美术专业硕士毕业后进入广告策划界，成为国内最早进行职业化运作的策划人之一。

曾主持并执笔国内重大策划项目十余个，也是国内最早从事策划专业研究的学者，发表相关论文数十篇。

2003年曾在日本电通短期研修策划与创意理论。

现任《中国广告》杂志社主编，上海大学广告系教授；并兼任中国广告协会学术委员会委员、中国企业联合会广告工委专家委员会委员、中国CIS年鉴编委会主任；担任上海师范大学、华东理工大学、上海外国语学院、上海建桥学院等高校传播与广告专业的兼职教授。

近年来还担任中国策划院策划师（证书）培训班的特聘讲师。

著有《艺术文化导论》《广告创意设计》《4A杰出人性创意96例》、《价值过亿---人性策划的故事》等。

《中国广告》杂志创办于1981年，是国内第一本广告专业刊物。

月刊、大16开、彩色精印，《中国广告》由中国出版集团主管，东方出版中心、上海百联集团有限公司、上海市广告协会联合主办。

《中国广告》杂志是研究中国广告现状和发展的专业刊物：致力于广告学、广告理论及广告相关科学的研究和探讨；研究各类广告的创意、设计、制作；交流国内外成功广告案例和优秀作品；报道国内外广告动态；介绍广告新技术、新材料、新方法。

杂志辟有“中国广告论坛”，“广告研究”，“市场观察”，“个案分析”，“品牌透视”，“海外广告”等栏目及彩色图版。

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>