

<<卓越广告2>>

图书基本信息

书名：<<卓越广告2>>

13位ISBN编号：9787301084168

10位ISBN编号：7301084161

出版时间：2006-1

出版时间：北京大学出版社

作者：吉姆·艾奇逊

页数：394

字数：411000

译者：李志宏

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>

<<卓越广告2>>

内容概要

这是一本揭示卓越电视广告奥秘的神奇之书。

它将一步一步地引导你了解整个创作过程的方方面面；从电视媒体的特征，企划人员对消费者洞察的贡献，到如何获得伟大的电视广告创意，如何设计电视广告的结构，如何推销创意，直至如何执行这些创意。

这是一场创意名家云集的电视广告饕餮之夜。

出场嘉宾包括：蒂姆·德莱尼、戴维·德罗加、格雷厄姆·芬克、尼尔·弗伦奇、李·加芬克尔、罗伊·格雷格、约翰·赫加蒂、斯蒂夫·亨利、阿德里安·霍姆斯、莱昂内尔·亨特、查克·玫克布赖德、哈尔·赖尼、吉姆·李斯沃、马塞罗·塞帕、弗兰克·托达罗、约翰·韦伯斯特，以及其他来自世界各地的60多位创意领袖。

他们将通过切实可行且极富启发性的建议和指导，以及丰富的创作案例资料，与你分享他们自己的创意心得和体验。

在这场空前的盛会上，你将有幸了解到众多享誉全球的广告和广告运动的幕后故事，它们分别来自纽约BBDO广告公司、恒美广告公司、Fallon广告公司、Cliff Freeman & Partners广告公司、Goodby Silverstein广告公司、HHCL广告公司、Leagas Delaney广告公司、灵狮环球广告公司、盛世长城广告公司、Wieden & Kennedy广告公司以及在美国、英国及澳大利亚的其他著名广告公司。

你还将有幸聆听来自Hungry Man、radical、Windows等著名制作公司的众多顶级电视广告导演的亲身感悟。

中国、印度、马来西亚等众多新兴广告国家与地区的创意精英也将与你老八路离亲密接触。

最后，你还将看到一份内容翔实的统计报告——它将向你证明：创意对销售业绩的巨大贡献是无可置疑的。

<<卓越广告2>>

书籍目录

前言电视的奥秘卓越的战略如何捕捉创意如何设计脚本结构如何设计广告运动如何创作幽默型广告如何推销作品出色的执行全球化图景创意的收获

<<卓越广告2>>

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>