

<<广告文稿策略>>

图书基本信息

书名：<<广告文稿策略>>

13位ISBN编号：9787309022049

10位ISBN编号：7309022041

出版时间：1999-1

出版时间：复旦大学出版社

作者：[日] 植条则

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>

<<广告文稿策略>>

内容概要

植条则夫，1934年出生于日本大阪。

毕业于大阪社会事业短期大学（现大阪府立大学社会福利学部），关西大学文学部、法学部和经济学部，兼修完和歌山大学经济学专业课和该大学大学院经济学研究科课程。

曾任电通广告公司的Copywriter，Creative Director；现为日本关西大学社会学部教授，并任中国上海复旦大学顾问教授、上海大学兼职教授；还任日本公共广告机构管理委员，日经广告研究所客座研究员，日

<<广告文稿策略>>

书籍目录

序

第一章 从广告策划到创意策略——广告文稿的目的

第一节 广告文稿与广告目标

第二节 广告目标的分类

第三节 广告策略与创意策略

第四节 产品概念和定位

第二章 创意的构思及其手法

第一节 创意和灵感

第二节 构思和五个阶段

第三节 创意生成的诸项手法

第三章 广告文稿的基本要素

第一节 文稿与文稿

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>