

<<什么样的广告最有效益？>>

图书基本信息

书名：<<什么样的广告最有效益？>>

13位ISBN编号：9787501226658

10位ISBN编号：7501226652

出版时间：2006-1

出版时间：世界知识出版社

作者：博顿

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>

## <<什么样的广告最有效益？>>

### 内容概要

什么样的广告文本和广告图样的传播效果更好呢？

借助一书，广告从业者和学员将有会有对比评价50组广告实例的过程中，自己动手分析这40组消费产品和10组工商广告的标题、文本、版式和创意，从而更清晰地了解广告中的效果元素，领会专家们的创作意图，学会如何写作和设计出更有效益的广告。

广告基本原理在实战中如何应用； 可以模仿的获奖优秀作品的文案和设计技巧； 受测广告的“谁-什么-怎样”元素； 文案写作的PACT原理； 使广告更具吸引力的六种技巧、方法及实例； 顶级创意专家访谈录； 吸引受众注意力，提升其愿望和行动力的文案撰写方法； 盖洛普-史宾逊公司评测的40组消费品广告； 瑞迪克斯公司评测的10组工商广告。

## <<什么样的广告最有效益？>>

### 作者简介

作者：(美)博顿菲利普·沃德·博顿，印第安纳大学新闻系教授。  
任教以前曾在广告业界长期工作，历任脚本主管、创意总监和项目经理。  
他出版和发表的广告学著作和文章，总数地超过150种。  
其中最畅销的著作是《广告文案写作》该书第7版目前正在热销。  
盖洛普-罗宾逊公司总裁。

在《什么样的广告最有效益？

》一书中，普伟斯不仅提供和讲解了脚本测试的技术方法，还采访了很多顶级广告创意专家，访谈内容全部收录在本书中。

## <<什么样的广告最有效益？>>

### 书籍目录

索引1 Callup & Rabinson (盖洛普-罗宾逊) 公司评测的40组消费产品和Readex (瑞迪克斯) 公司评测的10组工商广告索引2 被评测广告所体现的原则索引3 广告主名单平面广告研究的几个基本方面分析哪个广告最有效益：援例说明使广告更有效益的六种途径广告创作怎样引起注意、激发购买欲望并促成行为文案评测的PACT原则专家访谈：回答关于广告睛结普通而重要的问题乔治·盖洛普：盖洛普-罗宾逊公司特迪·贝尔：扬-罗必凯公司罗伊·格雷斯：格雷斯-罗斯切尔德公司J.J.乔丹：智威汤逊广告公司杰·舒伯格：博杰全球广告公司鲍博·斯克勒：精信广告公司安德·约瑟夫·拜伦：直销营销和直销广告顾问Callup & Rabinson (盖洛普-罗宾逊) 公司评测的40组消费品广告Readex (瑞迪克斯) 公司评测的10组工商广告

## <<什么样的广告最有效益？>>

### 媒体关注与评论

书评创作和设计成功广告的经典手册，现在推出第8版。

思维挑战：最新版《什么样的广告最有效益？

》展示了50组当今最优秀的广告作品。

由你来评议它们的标题、文本、企划及布局设计，以确定哪则广告最的魅力。

不论学生还是专业人士都可以拿自己的判断和专家们比拼，以便在这一过程中学会如何创作同更棒的广告作品。

权威性：《什么样的广告最有效益？

》介绍了著名的调查公司——盖洛普-罗宾逊公司的文本评测技术。

该公司拥的总数超过10万例的印刷广告和电视广告数据库，并为全球广告巨头提供广告投入效果的测量分析。

实用性：这是一本传授如何调度各种元素、令广告更有效益的书，风格朴素而实用。

对于有志于从事广告创意的人来说，是不可多得的助手。

任何选用本书作为教科书的广告学教师也定能从中获益良多，因为学生们都真心喜爱它。

## <<什么样的广告最有效益？>>

### 编辑推荐

什么样的广告文本和广告图样的传播效果更好呢？

借助一书，广告从业者和学员将有会有对比评价50组广告实例的过程中，自己动手分析这40组消费产品和10组工商广告的标题、文本、版式和创意，从而更清晰地了解广告中的效果元素，领会专家们的创作意图，学会如何写作和设计出更有效益的广告。

广告基本原理在实战中如何应用； 可以模仿的获奖优秀作品的文案和设计技巧； 受测广告的“谁-什么-怎样”元素； 文案写作的PACT原理； 使广告更具吸引力的六种技巧、方法及实例； 顶级创意专家访谈录； 吸引受众注意力，提升其愿望和行动力的文案撰写方法； 盖洛普-史宾逊公司评测的40组消费品广告； 瑞迪克斯公司评测的10组工商广告。

<<什么样的广告最有效益？>>

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>