

<<广告创意大解码>>

图书基本信息

<<广告创意大解码>>

内容概要

创意总监、美术指导和广告文案是我们这个时代了不起的艺术家和思考者。基于他们影响文化的力度和广度，让我们一起近距离看一看广告行业里的精英们是如何创作的。了解高明的广告活动背后的创作者并观察他们如何寻找创意的图示，或许能对你有所启发。

这本本书由W·格兰·格瑞芬和黛博拉·莫里林著，丁婷译。在这里，我们收录了许多广告公司的杰出作品，博采众长。这些公司包括李岱艾公司、丘比特画室、Wieden+Kennedy公司、McGarryBowen公司、麦肯-艾瑞克森公司、奥美公司、Carmichael Lynch公司和72 and Sunny公司等。

本书适合广告行业工作人员阅读。

<<广告创意大解码>>

作者简介

W. 格兰· 格瑞芬博士，在德克萨斯州达拉斯南卫理公会大学Temerlin广告学院里任教，开设创意和个人作品发展等课程，是创意方法论研究项目的领头人。

他在创意、教育和社会责任方面的研究成果，见于《Journal of Advertising》、《Journal of Advtetting Education》和《Journallsm and mass Communication Educator》等公开发表物上。

他学生的作品也在包括《Advertising Age》、《Adweek》和《CMYK》在内的国内外刊物上特载，并得到了The One club for Art & Copy、纽约Art Directors Club和Clio广告奖等各大组织的认可。

他也经常在有关创意/广告教学和社会责任的专业学术会议上担任发言人。

虽然他现在住在德克萨斯州的理查德森市，但一直将他的故乡阿拉巴马州的塔斯卡卢萨市称为“家”。

黛伯拉· 莫里森博士，是俄勒冈州大学的知名教授。

在过去的20多年中，她不但在俄勒冈州大学任教，还和奥斯汀的德克萨斯州大学的学生一起，建立了全美最好的大学生个人作品项目——“德克萨斯州创意项目”(TexasCreative)。

在俄勒冈州大学，她与同事一起开发了一个基于创意和战略思维的广告专家的创意战略模型，取得了非常大的成功。

莫里森已经在The one club for Art &

Copy里担任了两届董事会成员(她是唯一做到这一点的大学教师)。

此外，她也担任过地区级、国家级和世界级的大赛学生组或专业组的评审。

她还两次获得了俄勒冈州大学新闻与传播学院为创新教学所设立的Jonathan Marshall奖，分别是2008年度和2009年度(唯一一位两届得奖人)。

此外，她还是德克萨斯州William Blunk Professorship教学奖和纽约Art Directors

Club教育奖ADCGrandMaster的得奖人。

莫里森还是Wieden+Kennedy公司伦敦创意实验室Platform的创始赞助人。

她与布雷特· 罗布斯(Brett

Robbs)一起合著了《创意产业：如何破解广告职业密码》(Idea Industry: How to Crack the Advertising Career

Code)。

她参观过上百家广告公司，对它们进行过深入的研究和思考。

同时，她也十分感激自己数以千计的学生，因为从他们身上，黛伯拉学到很多东西。

现在，她和丈夫及三个儿子一起住在俄勒冈州的尤金城。

她的丈夫是一位风度翩翩的新闻摄影师，儿子们也前途无量。

<<广告创意大解码>>

书籍目录

序言

简介

第一章 过程是单纯的

第二章 过程是个人的

第三章 创意过程大解码

克里斯·亚当斯(Chris Adams)

艾德里安·亚历山大(Adrian Alexander)

安迪·阿祖拉(Andy Azula)

大卫·鲍德温(David Baldwin)

达斯汀·巴拉德(Dustin Ballard)

马修·巴伯(Matthew Barber)

罗斯·周勒斯(Ross Chowles)

汤姆·克里斯曼(Tom Christmann)

伊恩·科恩(Ian Cohen)

格兰·科尔(Glenn Cole)

西尔弗·库拉尔(Silver Cuellar)

哈尔·柯蒂斯(Hal Curtis)

格雷格·伊登(Greg Eiden)

丹尼·格雷戈里(Danny Gregory)

安迪·霍尔(Andy Hall)

吉姆·洛文(Jim Haven)

迈克·海德(Mike Heid)

大卫·霍里杰(David Horridge)

雷切尔·霍瓦尔德(Rachel Howald)

大卫·T.琼斯(David T. Jones)

大卫·肯尼迪(David Kennedy)

珍妮特·凯斯汀/南希·冯克(Janet Kestin/Nancy Vonk)

迈克·兰斯卡比(Mike Lescarbeau)

凯特·拉莫斯(Kate Lummus)

西蒙·梅恩沃林(Simon Mainwaring)

卡尔·麦卡利斯特(Cal McAllister)

吉姆·蒙特乔(Jim Mountoy)

道格·帕德森(Doug Pedersen)

南希·赖斯(Nancy Rice)

凯文·罗迪(Kevin Roddy)

赖安·罗梅罗(Ryan Romero)

路克·苏立文(Luke Sullivan)

大卫·斯沃普(David Swope)

蓝迪·塔图姆(Randy Tatum)

迪肯·韦伯斯特(Deacon Webster)

第四章 过程的力量

<<广告创意大解码>>

章节摘录

插图：

<<广告创意大解码>>

媒体关注与评论

“本书以非常独特、非常吸引人的方式，让我们了解现在最顶尖的广告创意者是怎样思考，怎样创作，怎样构思的。

它还让我们能够进入凯文·罗迪、安迪·阿祖拉、大卫·肯尼迪或是其他广告精英的脑中。

这本书把我迷住了，给了我很多启发。

任何一位有志于进入广告创意产业的人，都应该读一读它。

”——纽约The One Club for Art&Copy主管（凯文·斯旺纳普） “我最喜欢这本书的地方，就是作者们提出了一些真正伟大的问题，并且他们非常愉快地去找答案。

这本书将在怀有创作激情的教授和学生们中间，引发长时间的讨论。

从中他们不仅能找到引人深思的语言、模型，还能得到让自己继续从事心爱行业的指导。

”——《艺术没有妥协》（Art Without Compromise）作者、《Communication Arts》专栏作家（温迪·理查蒙德） “终于有人写了这样一本书，帮助我理清楚，过去十五年里我的脑袋中发生了、什么事。

你会发现，这本书非常清晰地解析了创意过程及其应用。

此外，你还会看到现在最顶尖的创意者是如何思考的，以及他们自述的创意过程。

这种感觉就像是把他们的智慧的大脑取出来放在纸上，任由我们探索一样。

”——伦敦Wieden+Kennedy公司创意实验室Platform创意总监（露西·科丽尔） “本书把广告业作为焦点和探索的重点，涉足了广泛的学科领域，从社会心理学到摄影学再到行为科学，为我们展现了创意过程的文化全貌。

”——洛杉矶李岱艾公司策划（玛丽安·波波娃） “一本关于创意的书，其本身也一定创意十足。

创意者的思考过程，让我也受到启发。

一系列引人注目的创意过程图，充分展现了怎样将创意变为作品的过程。

同时，这本书也会引发人们思考自己的创意过程。

难道还有比这更好的买书理由？

”——卡罗拉多大学副教授（布雷特·罗布斯博士） “这是一本为那些惧怕脑中一片空白的人准备的，非常了不起。

”——IHAVEANIDEA公司总裁（伊格纳齐奥·俄瑞阿姆诺） “创意既有理性的一面，又有感性的一面。

这本《广告创意大解码》成功地展示了这两个方面。

对于那些想一窥世界上顶尖广告人的思维过程的人来说，读这本书将会是非常美妙的阅读体验。

”——Please Feed The Animals公司创始人、纪录片《柠檬水（Lemonade）》创作者（艾瑞克·普罗克斯）

<<广告创意大解码>>

编辑推荐

<<广告创意大解码>>

名人推荐

“我最喜欢这本书的地方，就是作者们提出了一些真正伟大的问题，并且他们非常愉快地去找答案。这本书将在怀有创作激情的教授和学生们中间，引发长时间的讨论。

从中他们不仅能找到引人深思的语言、模型，还能得到让自己继续从事心爱行业的指导。

”——《艺术没有妥协》（Art With out Compromise）作者、《Communication Arts》专栏作家（温迪·理查蒙德）“终于有人写了这样一本书，帮助我理清楚，过去十五年里我的脑袋中发生了、什么事

。你会发现，这本书非常清晰地解析了创意过程及其应用。

此外，你还会看到现在最顶尖的创意者是如何思考的，以及他们自述的创意过程。

这种感觉就像是把他们的智慧的大脑取出来放在纸上，任由我们探索一样。

”——伦敦Wieden+Kennedy公司创意实验室Platform创意总监（露西·科丽尔）“本书把广告业作为焦点和探索的重点，涉足了广泛的学科领域，从社会心理学到摄影学再到行为科学，为我们展现了创意过程的文化全貌。

”——洛杉矶李岱艾公司策划（玛丽安·波波娃）“一本关于创意的书，其本身也一定创意十足。

创意者的思考过程，让我也受到启发。

一系列引人注目的创意过程图，充分展现了怎样将创意变为作品的过程。

同时，这本书也会引发人们思考自己的创意过程。

难道还有比这更好的买书理由？

”——卡罗拉多大学副教授（布雷特·罗布斯博士）“这是一本为那些惧怕脑中一片空白的人准备的书，非常了不起。

”——IHAVEANIDEA公司总裁（伊格纳齐奥·俄瑞阿姆诺）“创意既有理性的一面，又有感性的一面。

这本《广告创意大解码》成功地展示了这两个方面。

对于那些想一窥世界上顶尖广告人的思维过程的人来说，读这本书将会是非常美妙的阅读体验。

”——Please Feed The Animals公司创始人、纪录片《柠檬水（Lemonade）》创作者（艾瑞克·普罗克斯）

<<广告创意大解码>>

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>