

<<广告新思维>>

图书基本信息

书名：<<广告新思维>>

13位ISBN编号：9787539814360

10位ISBN编号：7539814365

出版时间：2005-10

出版时间：安徽美术

作者：吴玉红

页数：208

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>

## <<广告新思维>>

### 内容概要

本书是一本关于广告思维的理论普及读物，全书共分创意思维篇和案例剖析篇两大部分，既相互联系又各自独立，从不同的视角对目前市场上林林总总让人眼花缭乱的广告现象作了详尽的剖析。

## 作者简介

吴玉红 1968年生，安徽淮北人。

安徽机电学院工美系毕业。

多年来一直从事设计教学和研究。

1989年，广告设计作品《爱惜水源》入选第五届华东地区包装装潢设计大赛。

2002年10月，包装设计作品《山大爷葛粉系列》入选安徽省首届青年设计大赛，并获优秀奖。

专业论文十多篇先后发表

<<广告新思维>>

书籍目录

创意思维篇 用“哲理”渗拓广告 用“情感”浸润广告 用“时尚”包装广告 用“娱乐”演绎广告 用“通俗”肆虐广告 让广告充满“社会道德” 让广告充满“意境”和“空白” 案例剖析篇 伊莱克斯冰箱电视广告 瑞士宝路华手表广告 创维健康电视广告 操纵时尚概念的行家里手——农夫 时尚经典——Swatch手表 雅客V9电视广告 猫人的时尚品牌战略 玩出来的品牌——动感地带 蒙牛的热情桑巴舞 主要参考文献后记

#### 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>