

<<广告创意强化教程>>

图书基本信息

书名：<<广告创意强化教程>>

13位ISBN编号：9787532280797

10位ISBN编号：7532280799

出版时间：2012-11

出版时间：上海人民美术出版社

作者：汤姆·阿尔茨蒂尔

页数：316

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>

## <<广告创意强化教程>>

### 内容概要

《广告创意强化教程(广告的战略文案与设计)》由汤姆·阿尔茨蒂尔、简·格鲁所著,本书写作风格浅显易懂,作者通过强调关键准则的方式指明要点,然后分析要点,并向教师和学生提供了有用的实践信息。

与其他许多只关注广告大客户的书不同,本书涵盖了B2B广告、室内广告和小公司的广告。

两位作者各自根据他们不同的背景和工作经验(一位是创意总监,另一位是顶级广告课程项目的教授),为学生提供了一个融合了当今广告界和学术领域的独特视角。

## <<广告创意强化教程>>

### 作者简介

作者:(英)汤姆·阿尔茨蒂尔、简·格鲁 译者:郭鸿杰

## <<广告创意强化教程>>

### 书籍目录

- 前言
- 第一章 文案、设计与创造力
- 第二章 准备工作
- 第三章 品牌打造
- 第四章 战略
- 第五章 变化莫测的市场带来的种种问题
- 第六章 概念开发
- 第七章 设计
- 第八章 广告宣传
- 第九章 广告标题和行动口号
- 第十章 广告正文
- 第十一章 平面广告媒体
- 第十二章 电子媒体
- 第十三章 数字化
- 第十四章 直销
- 第十五章 超越媒介
- 第十六章 商业对商业
- 第十七章 生存指南
- 附录
- 作者介绍

## <<广告创意强化教程>>

### 章节摘录

看看周围。

每个人都跟你看上去一样吗？

上世纪60年代末之前，广告商一定都以为美国人就是率直拘谨，衣着得体，住在市郊的白种居民。

因为他们在广告上就是那样的。

经过一段时间，营销者总算发现非裔美国人也有住房，女人也买车，同性恋也喜欢旅行，美国的阿拉伯人不都是恐怖分子，英语不是母语的人也知道钱说了算。

整合广告不仅是正确的，也是明智的。

广告业不但迟迟才应对市场的多样性，而且在雇用少数群体和女性方面还有很长的路要走。

本书不是解决这个问题的平台，但我们要如实讲述它，我们整本书就是在讲述事实。

而且，如果看到美国不断变化的面貌，我们建议广告业发展得再快一点，因为多样化的劳动力是反映一切消费者的劳动力，服从了所有人的利益。

现在让我们开始了解变化莫测的市场。

2007年，三分之一的美国人属于有色人种，而且呈有增无减的趋势。

种族身份和人口统计正在发生变化。

“实际上，最近一次的美国人口普查显示，有人认为是‘黑人和至少一个其他人种的混血’，而且这些人中有一半以上不满18岁”。

这指出了人种身份的转变，也暗示了年龄统计的变化。

美国正在大踏步地老龄化。

曾缔造20世纪60年代年轻文化的一代正不情愿地隐退。

女性占据了人口总数的51%，其中40到64岁的女性代表美国最大的消费市场。

而且无论女性是否是最终使用者，她们做出超过80%的消费选择。

现在查看这些特殊市场：非裔美国人、西班牙裔、亚裔人口和女性占据了84%的人口总量。

没错，请相信你的眼睛——确实是84%！

也请相信我们，本章值得一读。

.....

## <<广告创意强化教程>>

### 媒体关注与评论

“这本书的确引人入胜，阅读那些时髦的、与日常生活息息相关的广告书籍使人精神振奋。真的很需要这本书，它不仅为撰稿人和艺术总监提供基石，还为树立一个品牌建立桥梁，从而把战略、理念、设计和媒体等全部联系起来”。

——苏珊·契尔西 高级副总裁，创意总监 LEO BURNETT公司 “文字通顺、案例丰富，书中的例子深入洞悉了‘现实世界’。

这是一本实用的指南书，它能够帮助学生积极地学习如何写广告文案和创意摘要。

” ——萨莉·杰·麦克米兰 田纳西大学 “这本书对于我的广告课程来说太棒啦，书中真实的案例分析、广告范例、对话的写作方式对于广告初学者和高年级学生来说都十分有益。

” ——安迪·斯戴同 福特哈斯州立大学 “人们真的很难找到一本如此有帮助的、并且鼓舞人心的关于广告的书，书中有来自业内资深人才的经验和知识。

” ——汤尼·卡尔卡 副总裁，创意总监Crispin Porter+ Bogusky公司

<<广告创意强化教程>>

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>