

卓越广告（赠广告作品多媒体一张）



[卓越广告（赠广告作品多媒体一张） 下载链接1](#)

著者: (澳) 吉姆·艾奇逊

出版者: 云南大学出版社

出版时间: 2001-09

装帧: 平装

isbn: 9787810683043

这是第一本指导人们一步一步地创作卓越的印刷品广告的书，它囊括了从广告如何起作用、品牌塑造的方法如何变化；人们如何能获得创意灵感；到文案的撰写与设计等各个方面。

这是第一本为我们行业中成千上万的年轻的、有志者编写的书。这些年轻人渴望得到产生“大创意”的指导和灵感。

这是第一本在商界中拼搏及那些梦想进入这一领域的人们的必读书。它对任何客户来说都将具有不可估量的使用价值。

本书前言<br

作者介绍:

吉姆·艾奇逊，澳大利亚人，原新加坡传奇性的BALL和BATEY广告公司的创意总监。他曾荣获数百个奖项（其中有许多是对他所撰写的中国广告的奖励），并担任过许多世界顶级广告作品展的评审委员。在从事广告二十年后，他现在将主要精力放在了著书立说上，经常往来于新加坡和纽约之间。

目录: 前言

第一章 不同寻常的智慧

第二章 如何表达你的想法

第三章 你将听到的八大谎言

第四章 创作之前的创作

第五章 如何获得创意

第六章 五种关键的选择

第七章 如何制作视觉广告

第八章 如何写作广告文案

第九章 全球视野

第十章 卓越广告创作过程

· · · · · · [\(收起\)](#)

[卓越广告（赠广告作品多媒体一张）\\_下载链接1](#)

标签

广告

创意

卓越广告

广告设计

设计

广告入门

想读

专业

## 评论

封面“卓越”，内容一般

-----  
这个版本应该是有问题，看得无比艰辛。但是依然是受益良多。

-----  
对出版社的意见:错别字多，配图和相应的内容离太远。书本身的话，写得比较随意，把几家之言杂合在一起。还是比较有参考吧。尤其是对想去海外搞推广的中国人来说，了解老外广告业的习惯还是有帮助的。

-----  
恩书，纪念相识10周年

-----  
了解了解广告

-----  
[卓越广告（赠广告作品多媒体一张）\\_下载链接1](#)

## 书评

与《乔治·路易斯大创意》相似的一本书，这是早期买的一本关于创意方面的书。鼓励

广告人用表现事物其原有的方式去做广告设计的方法。不过，这里需要广告人要已经有了深厚的积累才行。与之后出的《乔治·路易斯大创意》类似，只是出版的时间更早些，观点更犀利。

-----  
[卓越广告（赠广告作品多媒体一张）\\_下载链接1](#)