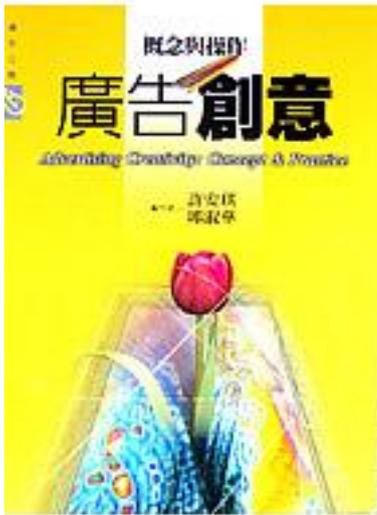


廣告創意概念與操作



[廣告創意概念與操作_下載鏈接1](#)

著者:許安琪

出版者:揚智文化

出版時間:2004年08月11日

裝幀:

isbn:9789578186422

創意無遠弗屆!

這本書從一開始，就讓讀者先檢視自己的人格特質、生活和思考習慣是否具有創意人的基本能力。分數的結果可能讓許多傳統思維模式的人立即否定自己，但是在了解廣告創意人所具有的藝術性和策略性，並且認識廣告創意人的角色與任務後，此書打開生命的另一扇窗，其實廣告創意是可以靠後天有計劃訓練而成的。

而在創意執行層面上，本書介紹如何將一個偉大的創意策略透過平面和立體的形式呈現在閱聽眾面前，再加上新興媒體創意，以便達成加乘的效應。當然，創意並非天馬行空、只要我喜歡有什麼不可以，廣告創意必須是有控制性的創意（controlled creativity），本書也分別就創意評估的準則和創意人素養的問題加以深入探討。

好的廣告創意，在賣給消費者之前，如何取得客戶（廣告主）的青睞順利產出端賴「提案技巧」。本書傳授成功提案祕訣為創意加分。最後，並蒐羅了十個生活中創意觀察作

為示範，讓讀者充分明白生活創意的真諦。

作者介紹:

目錄: 第一章 天生我才必有用
你適不適合做創意?(創意人格特質測驗)
創意人的特質
廣告創意人的角色與任務

第二章 點石成金
點子與創意(idea vs. big idea)
創意是什麼
廣告創意的任務(The mission of advertising creativity)
廣告創意的養成與經營

第三章 創造性思考
創造性思考的歷程
思考習慣的養成
廣告創意的流程
創造性思考的方法

第四章 策略性思考
策略的本質
策略性思考的方法

第五章 創意執行：平面媒體
平面廣告創意
文案撰寫技巧
版面編排

第六章 創意執行：立體媒體
立體廣告創意
戶外廣告創意
網路廣告

第七章 創意評估
何謂好廣告?
創意人自我評估
調查研究方法
廣告效果調查
廣告創意與行銷創意

第八章 創意人素養
創意人心中一畝田
創意的迷思
創意的共犯結構
創意的倫理與規範

第九章 創意提案
提案的本質
提案技巧
提案準備功課

提案的心理建設

第十章 動手玩創意

小兵立大功

自己就是最佳產品代言人

色彩趨勢行銷

淘氣消費

電影行銷：中國概念

愛國情操

契機行銷

第一名哲學

是廣告，還是新聞

創意災難

• • • • • ([收起](#))

[广告创意概念与操作_下载链接1](#)

标签

fd

评论

[广告创意概念与操作_下载链接1](#)

书评

[广告创意概念与操作_下载链接1](#)