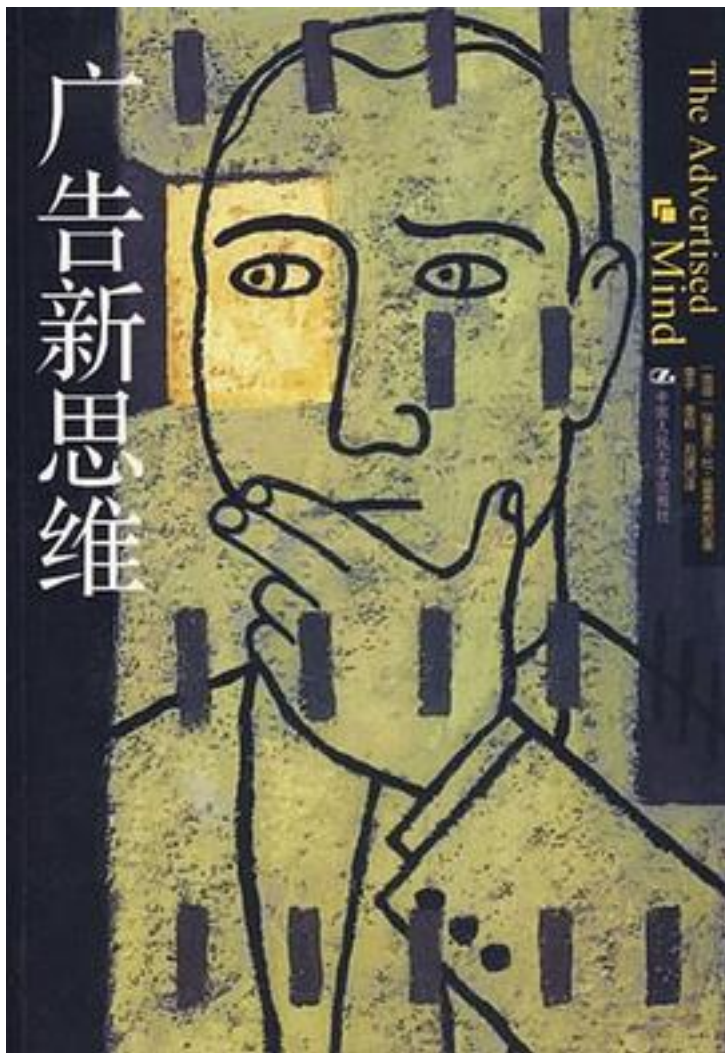


# 广告新思维



[广告新思维\\_下载链接1](#)

著者:吴玉红

出版者:安徽美术

出版时间:2005-10

装帧:其他

isbn:9787539814360

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。

作者介绍:

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  
· · · · · (收起)

[广告新思维\\_下载链接1](#)

标签

评论

-----  
[广告新思维\\_下载链接1](#)

书评

-----  
[广告新思维\\_下载链接1](#)