

电视广告创意



[电视广告创意_下载链接1](#)

著者:聂艳梅

出版者:中国市场出版社

出版时间:2009

装帧:平装

isbn:9787509203187

电视素有“第一媒介”之称，拥有极佳的传播效果和广泛的影响力，故备受企业重视。

进入20世纪90年代后，电视广告发展迅速，电视广告创意也进入了成熟期，先进的电视广告创意理念和优秀的电视广告作品在全球范围内得以交流。

本书着眼于解决中国的电视广告创意、电视广告的创意原理、创意类型和创意方法等问题，从基本概念入手，分析了我国与国际电视广告界在创意水平上的差距，探讨电视广告的构成要素及其创意方法；同时，结合不同行业对电视广告的创意类型和创意方法进行了深入的分析。全书由上海BBDO天联广告执行创意总监林永强亲自监修，课程内容更贴近创作实际，具有极强的指导性和实用性。书内附有大量经典广告案例，时间跨度久、覆盖品类广。分析深刻详尽，除课堂教育外也适合自学。此外，还为教师和学生提供了大量参考资料，包括教学用演示文档、广告案例短片、网络视频教程和线下培训班。

作者介绍:

聂艳梅 上海师范大学人文与传播学院讲师。

多年来始终从事广告教学和研究工作，并持续关注广告业界，拥有极高的专业敏感度。曾走访奥美、智威汤逊、李奥贝纳、达彼思、上海广告有限公司和梅高等多家广告公司，在《北京工商大学学报》、《中国广告》、《广告大观》、《广告研究》、《现代广告》、《国际广告》等专业杂志上发表论文50余篇、采访文章10余篇。

曾参与执笔《中国广告》杂志的“中国新广告”和“观点”栏目、《国际广告》杂志的“品牌对抗”专题，参与了《广告策划》（高等教育出版社）等书的撰写工作。

林永强 上海天联广告执行创意总监。

16年广告经验，先后于香港奥美广告(Ogilvy & Mather)、达彼思广告(Bates)、天高广告(BBDO)、灵智广告(Euro RSCG)等跨国广告公司任职文案及创意总监。2003年初踏足内地，加入上海达彼思广告任创意总监，2004年中转投上海天联广告(BBDO/CNUAC)担任创意群总监一职，2006年9月升任副执行创意总监。2008年4月再擢升为上海执行创意总监，负责执掌上海BBDO创意部。曾获香港、亚太及国际广告创意大赛逾200个奖项。

著有《CD不易为》、《此乃广告书》、《小强广告100招》和《小强在上海》等多部著作。

目录:

[电视广告创意_下载链接1](#)

标签

广告

创意

电视

无阅读不创意非设计怎广告

教材

TVC

设计

老师推荐

评论

龙媒出品 必属精品～

.....

[电视广告创意_下载链接1](#)

书评

[电视广告创意_下载链接1](#)