

广告创意哲学关键词



[广告创意哲学关键词 下载链接1](#)

著者:鞠惠冰

出版者:

出版时间:2011-5

装帧:

isbn:9787538652994

《广告创意哲学关键词》是《中国当代广告教学系列丛书》中的一册，丛书的内容主要涵盖了国内广告学教学的主干课程，以关键词作为图书的主要结构，图文并茂。《广告创意哲学关键词》是广告学基础教学的必备图书。鞠惠冰所著的《广告创意哲学关键词》为其中一册，主要反映广告中所包含的哲学原理。广告学作为1个新兴学科在高校的建设时间虽然只有大概10-20年的历史，但是其学科因为广告业的蓬勃兴起而得到了迅速发展。

作者介绍:

目录:

[广告创意哲学关键词 下载链接1](#)

标签

广告

哲学

创意

思维

设计

营销

符号

消费

评论

好哲学，抽象，容我消化一下！！

这应该属于一本学术类的大众读物？对于跨学科研究很有参考价值，个人认为哲学这本比文化那本好

可以抄==

一个月前刷完的书。广告不是抖机灵。也没必要变成广告狂人才能做好广告。可能广告更像是一种翻译，那种始而会意继而会心的翻译。

2014 02 13 形于广告酷于哲学

最喜歡這種實例與哲學相結合的書了<3

这种东西，看的时候有感觉，看完就忘了也不知道是为啥？

把抽象的哲学理论以通俗的能被解释出的感觉和广告案例重新梳理了一遍，感觉脑子里的东西更立体了。这本作为创意的理论支持和发散工具很到位。

简直太好，强烈推荐。我又对广告爱得难以自拔！

鞠老师的品牌管理课内容大多出自这本书。想念课上到一半左右就放起影片的周二晚上了。老师的亚麻衣服，质感扣子，还有三得利。/有的话读起来像许舜英的广告文案很难嚼懂。很多很巧妙地揭示人的心理和广告的特点。/到大三，我已经确定自己以后不会从事广告这一行，但是仍然喜欢那些精彩的广告，无意义中包含了那么些个有意义的东西。

受益。生活在一个“被解释”的世界里，几分实际，几分象征。
人既非彻头彻尾的动物，又非完全超然的天使。

哈哈，导师的书评分好高。看了大半，与上课讲的内容基本联系上，但是更充实更细致。
以后可以逃课了吧，嘿嘿

这本书有很明显的教科书痕迹，如果没有讲，可能读起来比较难以感受到其中的精妙
(当然，引用的那些广告词很容易就能够感受到文字美)。就算是自己一个人啃一啃，
也能够了解到不同角度对广告核心的解读，总体上来说还是不错的。读完后我发现……
为什么你写不出东西？为什么你有想法却从笔头流不到纸上？很大一部分原因是因为你
没有积累，词汇量都不够。

[广告创意哲学关键词 下载链接1](#)

书评

[广告创意哲学关键词 下载链接1](#)