

Librería
Bonilla y Asociados
desde 1950



Título: Principios de Publicidad. El Proceso Creativo: Agencias, Campañas, Medios, Ideas

Autor: Burtenshaw Ken/ Mahon Nik/ Barfoot Caroline

Precio: \$710.00

Editorial:

Año: 2009

Tema:

Edición: 1/3ª

Sinopsis

ISBN: 9788425221774

A pesar de que la publicidad es un medio creativo enormemente visual, los textos que abordan este tema a menudo resultan demasiado descriptivos y poco ilustrados. Principios de publicidad, apoyado en ejemplos gráficos de la mejor publicidad creativa de la historia, instruye al lector de forma ágil en la planificación, creación y producción de campañas. Escrito en un lenguaje claro y sin tecnicismos innecesarios, el libro esboza una panorámica general del mundo publicitario que incluye el análisis de la estructura de la agencia de publicidad, los distintos medios de comunicación a su alcance, el desarrollo del proyecto, las herramientas necesarias, el brief, la ejecución de la solución creativa y el futuro de la industria publicitaria. Además, los textos explicativos se acompañan de entrevistas con publicistas profesionales y de ejercicios diseñados para poner en práctica la información de cada tema y ayudar al lector a construir un buen book de su trabajo creativo.