

차례

● 머리말 / 3

제1부

광고 크리에이티브의 기반

제1장 광고 창의성의 개념과 크리에이티브 철학 · 19

1. 광고산업과 크리에이티브의 변화 / 20
2. 광고 창의성의 개념과 평가 척도 / 28
3. 광고 크리에이티브 철학 / 36
4. 마무리 / 45

제2장 크리에이티브를 위한 광고 전략 수립 · 49

1. 크리에이티브에서 전략의 중요성 / 50
2. 광고 전략 수립하기 / 51
3. 디지털 시대의 광고 전략 / 69
4. 마무리 / 76

제3장 크리에이티브 브리프와 콘셉트 도출 · 81

1. 디지털 시대의 창의성과 콘셉트 / 82
2. 크리에이티브 브리프 작성 / 100
3. 마무리 / 109

제4장 광고 크리에이티브의 기본 전략 · 113

1. 광고 전략 / 114
2. 크리에이티브 전략 / 119
3. 디지털 캠페인 크리에이티브 사례 / 127
4. 마무리 / 131

제2부**광고 크리에이티브의 전개****제5장 창의적인 아이디어 발상법 · 139**

1. 아이디어 발상의 개념과 기법 / 140
2. 디지털 시대의 아이디어 발상 / 159
3. 마무리 / 164

제6장 광고물 창작 과정의 이해 · 169

1. 광고 창작의 과정 / 170
2. TV 광고의 창작 과정 / 173
3. 인쇄 광고의 창작 과정 / 182
4. 소비자의 생활과 함께 변하는 광고 창작 환경 / 191
5. 마무리 / 193

제7장 카피라이팅의 기본 원리 · 197

1. 카피라이팅과 연관된 기본 개념들 / 198
2. 카피라이터는 어떤 사람인가 / 202
3. 카피라이터의 기본 마인드 / 212
4. 카피라이터의 기본적인 기술 / 217
5. 마무리 / 234

제8장 디자인의 기본 원리 · 237

1. 레이아웃 관점에서 고려해야 할 조형원리 / 238
2. 디자인 요소로서 고려해야 할 조형원리 / 257
3. 마무리 / 268

제3부

매체별 광고 창작의 세계**제9장 인쇄 광고의 창작 · 273**

1. 디지털 시대의 인쇄 매체 / 274
2. 인쇄 광고의 특징 및 표현 유형 / 276
3. 인쇄 광고 크리에이티브 창작 / 287
4. 마무리 / 302

제10장 영상 광고의 창작 · 307

1. 영상 광고란 무엇인가 / 308
2. 영상 광고의 스토리텔링 / 313
3. 로직(Logic)에서 매직(Magic)으로 / 320
4. 영상 광고 창작 비결 / 325
5. 마무리 / 333

제11장 디지털 광고의 창작 · 335

1. 디지털 광고 창작, 같거나 혹은 다르거나 / 336
2. 전통 매체의 광고 창작과 다른 디지털 광고 창작의 신 요소 / 339
3. 구매행동 모델의 다변화와 디지털 크리에이티브의 역할 / 347
4. 마무리 / 360

제12장 BTL 광고의 창작 · 363

1. BTL 광고의 시작 / 364
2. 옥외 광고, 디지털 옥외 광고로의 진화 / 365
3. 크리에이티브한 프로모션으로 향하는 시선 / 381
4. 마무리 / 387

제13장 브랜드 콘텐츠의 창작 · 391

1. 브랜드 콘텐츠의 이해 / 392
2. 유형 / 395
3. 창작 / 406
4. 마무리 / 411

제4부**통합 캠페인과 광고 기술****제14장 디지털 기반 통합 브랜드 캠페인의 창작과 전개 · 417**

1. 브랜드 캠페인의 변화 / 418
2. 통합 브랜드 캠페인과 미디어 환경 / 430
3. 디지털 기반의 통합 브랜드 캠페인 사례 / 434
4. 마무리 / 441

제15장 브랜드 유니버스와 크리에이티브의 창작과 전개 · 445

1. 디지털 전환으로 인한 뉴노멀 마케팅 생태계의 등장 / 446
2. 플랫폼 비즈니스의 구조와 작동 원리 / 452
3. 브랜드 유니버스의 출현과 콘텐츠 창조 / 461
4. 마무리 / 471

제16장 광고 기술과 크리에이티브의 미래 · 475

1. 이미 도착한 미래 / 476
2. 미래 크리에이티브의 변화 / 480
3. 마무리 / 496

- 찾아보기 / 501