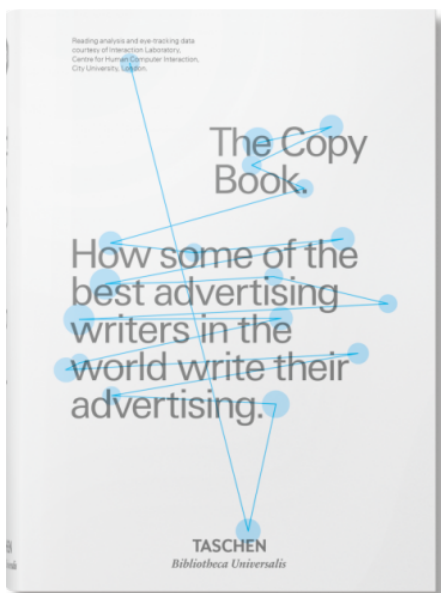


Varios, Autores

riverside
agency

D&AD. The Copy Book

Autor: Varios, Autores

Bibliotheca Universalis

Taschen

ISBN: 978-3-8365-6852-4 / Tapa dura c/sobrecubierta / 544pp | 140 x 195 cm

Precio: \$ 64.000,00

En 1995, D&AD publicó un libro sobre el arte del texto publicitario. Aunque ya no es actual, este libro tan vendido sigue siendo una importante obra de referencia, una auténtica biblia para los directores creativos. D&AD y TASCHEN han trabajado mano a mano para presentar una edición actualizada y rediseñada de esta publicación. Considerada como el área más compleja de la publicidad, la escritura de textos publicitarios suele confiarse a los profesionales de más talento, que a menudo son los responsables de las agencias o incluso los propietarios. El libro incluye una selección de textos y ensayos de 53 de los mejores profesionales del mundo, entre los que se cuentan ases del texto publicitario como David Abbott, Lionel Hunt, Steve Hayden, Dan Wieden, Neil French, Mike Lescarbeau, Adrian Holmes y Barbara Nokes. A través de estas páginas aprenderá a plantear argumentos más claros y convincentes, ya sea en la redacción de un discurso estimulante, un anuncio sugerente para una página web o una carta muy persuasiva. No sólo es un libro imprescindible para profesionales de la publicidad y el marketing, sino también muy recomendable para quienes necesiten llamar la atención o ganarse la confianza de los demás con la palabra, ya sea en Internet, en papel o en persona.

En 1995, D&AD publicó un libro sobre el complejo arte del texto publicitario. Ahora, D&AD y TASCHEN unen fuerzas para presentar esta edición actualizada y rediseñada que incluye ensayos de 53 de los mejores profesionales de todo el mundo. Este libro es imprescindible no sólo para redactores publicitarios sino también para cualquiera que quiera convencer a alguien de algo en Internet, en persona o en papel.