

<<广告文案写作教程>>

图书基本信息

书名：<<广告文案写作教程>>

13位ISBN编号：9787532259892

10位ISBN编号：7532259897

出版时间：2009-4

出版时间：上海人民美术出版社

作者：罗伯·鲍德瑞

页数：175

译者：许旭东

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<广告文案写作教程>>

内容概要

《广告文案写作基础》一书为教学提供了详尽的参考，讲述了广告文案撰写的行为以及广告文案撰稿人在整个广告制作过程中的角色定位。

书中还突出了文字化思维与形象思维的重要性，因为在广告中出现的文字和图像通常融合在一起。即使是以图片为中心的创意，也常常因广告文案撰稿人而不是美术编辑或艺术总监的工作而增色。

书中包含了大量的图片范例，展示了广告文案撰稿人参与的各种广告，并辅以说明文字，它帮助读者深入理解那些广告为何如此出色。

书中还提供了可操作的练习，以及如何形成创意的建议和指南。

所有的环节设置都是为了帮助读者撰写出更加有效的广告文本。

<<广告文案写作教程>>

作者简介

罗伯·鲍德瑞是一名有25年市场沟通经验的职业撰稿人，曾经涉及过许多商业领域。罗伯同时还经营着自己的广告文案撰写咨询公司——写作、角度、创意、沟通（Write Angle Creative Communication）。

他的客户包括：广告标准管理局、博维斯家园、吉百利史威士、飞

<<广告文案写作教程>>

书籍目录

如何有效地使用本书引言1 带着目标撰写 何处寻找广告文案撰稿人 作为沟通者的广告文案撰稿人 创造富有激情的回馈2 了解产品 创造从调查开始 运用你所了解的知识 把握细节3 了解受众 锁定目标 市场调查可以依赖吗？
采用合适的语气4 掌握语言 提高语言技巧 技术支持 了解规则并知道 何时打破陈规5 让风格脱颖而出 广告文案撰写的艺术性 迸发富有创意的点子 广告中的幽默6 规则与局限 说真话 遵守规则 行话和俚语7 撰写富有影响力的文案 创造力与创意 非寻常领域的广告 撰写恰当文案8 世界各地的广告业 为外国市场的广告撰写文案 使用国际化的语言 翻译中的丢失结论参考书目术语表

<<广告文案写作教程>>

章节摘录

插图：

<<广告文案写作教程>>

编辑推荐

《广告文案写作教程》由上海人民美术出版社出版。

<<广告文案写作教程>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>