

<<广告文案创作与评析>>

图书基本信息

书名：<<广告文案创作与评析>>

13位ISBN编号：9787548707691

10位ISBN编号：754870769X

出版时间：2013-1

出版时间：中南大学出版社有限责任公司

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>

<<广告文案创作与评析>>

内容概要

本书上篇在总结前人经验的基础上,结合作者的体会,提炼出了68种广告标题创作的方法,其中有些是作者首次提出的.同时,该书还指出了广告创作的十种误区,认识和防止这些创作中的“误区”,有助于创作出更有效的广告标题.本次进行了较大修订,新增了许多精彩内容:第一,增

<<广告文案创作与评析>>

书籍目录

第一章 绪论 第一节 广告文案概说 第二节 文案大师谈写作 第三节 广告文案的未来展望第二章 广告文案主题的谋划 第一节 广告文案的主题 第二节 主题的形成与提炼 第三节 制定广告文案策略单第三章 文案的创意与表现 第一节 广告创意的内涵 第二节 广告创意的基本理论 第三节 广告创意的表现技巧第四章 广告文案的结构 第一节 标题的写作 第二节 正文的写作 第三节 广告语的写作 第四节 附文的写作第五章 广告文案的语言与修辞 第一节 广告文案的语言 第二节 广告文案语言的诉求方式 第三节 文案语言的修辞方法 第四节 广告语言的基本语式第六章 不同媒介广告文案写作 第一节 平面广告文案写作 第二节 电子广告文案写作 第三节 网络广告文案写作第七章 不同信息主体广告文案写作 第一节 产品广告文案 第二节 服务广告文案 第三节 企业广告文案 第四节 公益广告文案第八章 不同行业内容广告文案写作 第一节 房地产行业广告文案 第二节 酒业广告文案 第三节 餐饮业广告文案 第四节 食品业广告文案 第五节 医药业广告文案参考文献

<<广告文案创作与评析>>

编辑推荐

蔡学平、孙吉、刘冰、刘颖惠主编的《广告文案创作与评析》指称的“广告文案”是狭义的广告文案，专指广告作品文案，这是广告作品中全部的语言文字部分；是广告文案人员在广告运作目的的制约和支配下，进行广告作品的主题的提炼、材料的选择、结构的安排、文案部分与美术设计部分配合的过程；是广告文案人员采用不同的语言排列组合、不同的表现方式表达广告主题，传达广告信息，以达到广告意图的文字书写形态。

因此，广告文案写作是一个创意实现的过程，又是创意表述的文字形态。

狭义的广告文案从功能上划分为两种，一是见于广告作品的文案，这类文案本身就是广告作品，是本书阐释的重点；二是指导性文案，如平面广告创意说明、电视广告脚本，其文字形式在作品中并不出现，而是转化为形象。

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>