

<<广告语言创作概论>>

图书基本信息

书名：<<广告语言创作概论>>

13位ISBN编号：9787810917834

10位ISBN编号：7810917838

出版时间：2009-03-01

出版时间：河南大学出版社

作者：陈庆汉，韩爱平 著

页数：206

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>

<<广告语言创作概论>>

内容概要

《高等院校广告专业应用型教材：广告语言创作概论》介绍了：广告语言创作的基本知识。全书共分八章，主要内容包括：绪论、广告语言创作与相关理论、广告语言的语体、广告语言的创意、广告语言的结构与创作、广告语言创作的消极修辞手法、广告语言创作的积极修辞手法、广告语言赏评等。

<<广告语言创作概论>>

书籍目录

第一章 绪论第一节 广告语言概说第二节 广告语言创作人员的专业素养第三节 广告语言创作的历史及现状第二章 广告语言创作与相关理论第一节 广告语言与市场营销规律第二节 广告语言与信息传播规律第三节 广告语言与消费者心理第四节 广告语言与文化第三章 广告语言的语体第一节 语体概说第二节 广告语言语体的特征第三节 广告语言语体的分类第四章 广告语言的创意第一节 广告语言的创意目标第二节 广告语言的创意原则第三节 广告语言的创意过程第四节 广告语言的创意策略第五章 广告语言的结构与创作技巧第一节 广告语言标题的创作技巧第二节 广告语言正文的创作技巧第三节 广告语言标语的创作技巧第四节 广告语言附文的写作技巧第五节 品牌和商标的设计技巧第六章 广告语言创作的消极修辞手法第一节 追求广告语言创作中的音乐美第二节 追求广告语言创作中词语的情趣美第三节 广告语言创作中对成语的运用第四节 充分运用来源不同的词语第五节 广告语言创作中句式的选择第七章 广告语言创作的积极修辞手法第一节 比喻、比拟、夸张和摹绘的运用第二节 借代、双关和引用的运用第三节 对偶、排比和反复的运用第四节 顶真、回环、设问和反问的运用第五节 广告语言创作中修辞手法的综合运用第八章 广告语言赏评第一节 生活消费品广告语言第二节 产业广告语言第三节 服务及其他行业广告语言主要参考文献后记

<<广告语言创作概论>>

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>