

<<广告文案写作>>

图书基本信息

书名：<<广告文案写作>>

13位ISBN编号：9787810982559

10位ISBN编号：7810982559

出版时间：2005-2-1

出版时间：上海财大出版社

作者：万秀凤,高金康

页数：235

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>>

内容概要

有人说：地球是一块最大的广告牌，确实，随着市场经济激烈竞争的日益加剧，广告作为企业开拓市场、扩大销售的一种有力手段，能有效地建立起企业通向消费市场的渠道，并时刻存在于我们的生活中，成为广大消费者选择、购买商品的良好指引。

本书借鉴了广告史上一些优秀的广告文案，并结合近年来国内外广告界出现的一些较精彩的文案案例，对广告文案的基本原理，写作技巧等进行了深入浅出的分析，力求做到理论与实践并重，普及与提高兼顾，以期为撰写成功的广告文案提供一些理论与可操作性的指导。

本书可以作为多层次的教材或教学参考书：可以作为广告学专业的广告文案写作课程的教材，可以作为公司业务培训的教材，也可以成为爱好广告文案写作者的教材。

<<广告文案写作>>

书籍目录

前言第一章 广告及广告文案 第一节 广告概述 第二节 广告文案概述 思考与练习第二章 广告与广告文案的创意 第一节 广告创意概述 第二节 广告文案的创意 思考与练习第三章 广告文案写作 第一节 广告标题 第二节 广告语 第三节 广告正文 第四节 广告随文 思考与练习第四章 不同媒体的广告文案写作 第一节 印刷广告文案写作 第二节 报纸广告文案表现形式和写作要点 第三节 杂志广告文案表现形式和写作要点 第四节 其他印刷广告文案写作 第五节 广播电视广告文案写作 第六节 网络广告文案和手机广告文案写作 思考与练习第五章 长文案和系列广告文案的写作 第一节 长文案的写作 第二节 系列广告文案的写作 思考与练习第六章 信息分体广告文案写作 第一节 消费品广告文案写作 第二节 企业形象广告文案写作 第三节 服务类广告文案写作 第四节 公益广告文案写作 思考与练习第七章 广告文案的语言表达 第一节 广告文案语言运用的原则 第二节 广告文案语言的幽默技巧运用 第三节 广告写作中成语、俗语、对联的运用 第四节 广告文案语言的艺术性 思考与练习第八章 广告文案的修养体式附录 广告名家创作经验谈参考文献后记

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>