第一图书网, tushu007.com

<<广告企划文案写作>>

图书基本信息

书名：<<广告企划文案写作>>

13位ISBN编号：9787811234565

10位ISBN编号：7811234564

出版时间：2008-12

出版时间：清华大学出版社有限公司

作者：马连湘，佟文娟 编著

页数：238

字数：333000

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

前言

广告企划文案与广告主题文案一起构成了广告写作的全部内容。
一般情况下，广告文案会被认为是广告表现出来的文面语言，即主题文案。
而事实上，广告文案包含的内容很多，凡是为广告运作制作的文案都是广告文案。
为了与广告主题文案相区别，。
我们把广告企划管理类的应用文体叫广告企划文案。
广告企划是企业经营企划管理的组成部分，是企业进行产品推广的前期策划工作。
广告企划作为一个过程，包括从市场调查与分析中寻找契机，确立广告目标，然后提出广告主张，形成广告内容，选择广告媒体，并进行广告预算和广告效果的预测等内容。

内容概要

《广告企划文案写作》一书包括了广告调查报告、广告策划书、广告宣传活动策划书、广告预算书、广告主题文案策划书、企业CIS策划书、广告效果测评报告等七种文体的编制与写作，其中有广告企划文案写作的战略思想，有编制与写作技巧，有案例分析，是一部指导企事业单位相关从业者编制广告企划文案的指导性力作。
本书主要特点是通过案例来认识理论，理论阐述与广告业务相结合，可操作性强，对案例分析与评价有指导意义。
　本书可作为广告业务培训教材，也可作为广告学及相关专业研究生、本科生、专科生及高职高专学生的教学用书。

作者简介

马连湘，女，1956年7月13日出生，长春理工大学文法学院广告学系主任、教授、硕士生导师。
吉林省语言学会常务理事，吉林省广告协会常务理事。
研究方向：汉语史、传播学。
现主讲课程：古文字学、训诂学、汉语词汇学、汉语词汇史、传播学概论。
出版主要著作：现代广告学丛书（《广告文案写作》、《广告企划文案写作》、《广告公司管理》、《公共关系与实务》、《包装设计》、《图案新意》），《广告传播与语境研究》。
在研课题：《广告传播语境研究》，吉林省社会科学基金项目，项目编号：2004164；《广告学课程体系构建与教学模式研究》，吉林省教育科学“十五”规划课题，课题批准号：B415138。

书籍目录

第1章 广告企划文案概述 1.1 广告企划文案的性质和特点 1.1.1 广告企划文案的性质 1.1.2 广告企划文案的特点 1.2 广告企划文案的种类和作用 1.2.1 广告企划文案的种类 1.2.2 广告企划文案的作用第2章 广告企划文案的写作原则与基本要求 2.1 广告企划文案的写作原则 2.1.1 真实客观的原则 2.1.2 注重实用的原则 2.1.3 简明扼要的原则 2.1.4 通俗流畅的原则 2.2 制作广告企划文案的基本要求 2.2.1 广告企划文案的格式要求 2.2.2 广告企划文案的写作要求 2.2.3 文本制作要求第3章 广告企划文案的写作准备 3.1 对策划对象的理解与把握 3.1.1 对企业相关情况的理解与把握 3.1.2 对产品的理解与把握 3.2 对目标市场的调查分析 3.2.1 市场细分 3.2.2 目标市场评估 3.2.3 目标市场分析 3.2.4 竞争对手分析 3.3 对消费者消费行为与消费心理的研究 3.3.1 消费者的消费行为分析 3.3.2 消费者的需求分析 3.3.3 消费者心理分析 3.4 对广告媒介的分析 3.4.1 媒介研究的内容 3.4.2 主要广告媒体的特点 3.5 广告企划文案的写作程序，第4章 广告企划文案的语言 4.1 广告企划文案的语体风格 4.1.1 简 4.1.2 明 4.1.3 直 4.1.4 畅 4.1.5 朴 4.2 广告企划文案的语言规范 4.2.1 避免错别字 4.2.2 避免用词不当 4.2.3 防止出现病句第5章 广告调查报告 5.1 广告调查概述 5.1.1 概念及作用 5.1.2 广告调查程序 5.1.3 广告调查方法 5.2 广告调查指标体系 5.2.1 广告市场调查指标体系 ……第6章 广告策划书第7章 广告宣传活动策划书第8章 广告预算书第9章 广告主题方案策划书与创意简报第10章 企业CIS策划书第11章 广告效果测评报告参考文献

章节摘录

第1章 广告企划文案概述1.1 广告企划文案的性质和特点1.1.1 广告企划文案的性质广告企划是企业经营企划管理的组成部分，是企业进行产品推广的前期策划工作。
广告企划作为一个过程，包括广告目标的确立、广告预算的进行、广告效果的预测等部分。
广告目标直接指向宣传效果，广告预算直接决定着采取何种方式开展广告宣传，广告效果的预测对广告投放起着决定作用。
做好广告企划工作，必须对以上三个过程予以充分的重视。
广告企划工作是广告工作的核心，也是企业企划管理的重要组成部分。

编辑推荐

《广告企划文案写作》可作为广告业务培训教材，也可作为广告学及相关专业研究生、本科生、专科生及高职高专学生参考使用。

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