第一图书网, tushu007.com

<<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：9787307050709

10位ISBN编号：7307050706

出版时间：2006-6

出版时间：武汉大学出版社

作者：夏晓鸣、钱正、曹晓燕/国别：中国大陆

页数：406

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

内容概要

近年来，我国的广告行业和广告教育都有了飞速的发展，广告文案写作也在实践中积累了更多的经验，结出了更多的硕果。
为了满足广告从业人员和广告专业师生撰写文案或教学研究的迫切需要，本书应运而生。
本书的编写力求将各相关学科知识融会贯通，同时更注重实践经验的提升。

<<广告文案写作>>

书籍目录

第一章 广告文案写作概述 第一节 广告文案的概念与源流　第二节 广告文案人员的地位与素质　第三节 广告文案的写作第二章 广告文案主题的确立　第一节 广告文案主题的含义与作用　第二节 确定广告文案主题的方法与要求　第三节 广告文案主题的类型 第三章 广告文案主题的表现　第一节 广告文案创意概述　第二节 广告文案创意的产生　第三节 广告文案创意的方法 第四章 广告文案的结构　第一节 广告文案结构概述　第二节 广告标题　第三节 广告正文　第四节 广告附文　第五节 广告标语　第六节 广告文案的缩略型结构第五章 广告文案的语言　第一节 广告文案语言概述　第二节 广告文案写作的遣词造句　第三节 广告文案写作中的辞格运用 第六章 消费心理与广告文案写作　第一节 消费心理与行为模式-　第二节 消费者特性与广告文案策略　第三节 广告接受的心理过程与文案写作第七章 广告文案写作的诉求方法　第一节 广告诉求的心理基础　第二节 理性诉求的广告文案　第三节 情感诉求的广告文案　第四节 情理结合的广告文案　第五节 广告的形象诉求第八章 平面广告文案　第一节 平面广告概述　第二节 报刊广告文案　第三节 户外广告文案　第四节 直邮广告文案 第九章 广播广告文案　第一节 广播广告媒介的特征　第二节 广播广告类型　第三节 广播广告写作要点第十章 电视广告文案　第一节 电视广告媒介的基本特征　第二节 电视广告文案撰写方法　第三节 电视广告的表现形式第十一章 网络广告文案　第一节 网络广告概述　第二节 网络广告的类型　第三节 网络广告文案写作第十二章 长文案和系列广告文案　第一节 长文案　第二节 系列广告文案第十三章 不同行业的广告文案　第一节 零售业广告文案　第二节 药品业广告文案　第三节 食品业广告文案　第四节 金融业广告文案　第五节 房地产业广告文案　第六节 家电业广告文案　第七节 汽车业广告文案第十四章 广告文案的伦理规范　第一节 广告文案伦理问题概述　第二节 广告文案中的主要伦理问题分析第十五章 广告文案测试　第一节 广告文案测试概述　第二节 广告文案测试的标准　第三节 广告文案测试的方法主要参考文献 后记

第一图书网, tushu007.com

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