

<<金牌文案>>

图书基本信息

书名：<<金牌文案>>

13位ISBN编号：9787538170627

10位ISBN编号：7538170626

出版时间：2011-9-1

出版时间：辽宁科技

作者：金牌文案联盟

页数：246

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>

<<金牌文案>>

内容概要

《金牌文案：学校不教的四十三堂文案课》由国内最具代表性的13位金牌文案高手组成的金牌文案联盟倾力写作而成，从入门到精通，实际工作中的点点滴滴，都会从充满神奇灵性的文字中给文案人以启迪和力量，可谓读之有味，用之顺手。

<<金牌文案>>

作者简介

赖致宇，李浪，阿三，刘静锋和梁佐林，风正一帆，高扬，乐剑锋，王小塞，陈格雷，邓斌，黄燕东，陈国辉，这十三位顶级文案高手，每个人都主持创意出过可圈可点的经典之作，每个人都充满了不凡的故事与传奇。

<<金牌文案>>

书籍目录

赖致宇的文案课

作者简介

第一课 思想系、视觉系、传染系——金牌文案需要注意哪些细节

第二课 创意人，你比别人多幸福了些什么？

——我的文案人生感悟

第三课 啥都别准备，啥也都要准备——做快消品文案需要做哪些准备

李浪的文案课

作者简介

第一课 你是谁？

第二课 出发前的准备

第三课 旅行路上的规则

第四课 不可错过的时机

阿三的文案课

作者简介

第一课 热身

第二课 三字经之一：缺

第三课 三字经之二：活

第四课 三字经之三：真

刘静锋梁佐林的文案课

作者简介

第一课 文案的良好品质

第二课 文案创作的乐趣

第三课 文案的基本技法

第四课 如何服务本土客户

风正一帆的文案课

作者简介

第一课 世界这么乱，理想给谁看？

第二课 向左还是向右，不如向前

第三课 对的方向只有一个，好的道路却有许多

第四课 如何训练自己

高扬的文案课

作者简介

第一课 最重要的是，知道现在最重要的是什么

第二课 然后我们来谈谈文案的事情(一)

第三课 然后我们来谈谈文案的事情(二)

第四课 然后我们来谈谈文案的事情(三)

乐剑锋的文案课

作者简介

第一课 多么痛的领悟

第二课 杂牌文案，创意为尊

第三课 广告，是一门古老的手艺

第四课 没人愿意教你的四个基本动作

王小塞的文案课

<<金牌文案>>

作者简介

第一课 埋头于文案，而不知文案是何物

第二课 不怕犯错误就怕不总结(一)

第三课 不怕犯错误就怕不总结(二)

第四课 成为金牌文案的22条秘诀

陈格雷的文案课

作者简介

第一课 给新人及文案的建议(一)

第二课 给新人及文案的建议(二)

第三课 给新人及文案的建议(三)

第四课 给新人及文案的建议(四)

邓斌的文案课

作者简介

第一课 文案的第三条腿——刀一样锋利的概念，才能切中人心

第二课 文案的第二条腿——狗咬人不是新闻，人咬狗才叫创意

第三课 文案的第一条腿——让文字充满戏剧性，语不惊人死不休

黄燕东的文案课

作者简介

第一课 我的文案人生感慨

第二课 我心目中金牌文案的标准

第三课 如何成为金牌文案

第四课 在广告中文案如何发挥出最大的价值？

陈国辉的文案课

作者简介

仅此一课 广告文案十大秘诀

<<金牌文案>>

章节摘录

版权页：插图：要有“邪念”写得好，你只是一个初级文案；想得好，你还是一个初级文案；写得好、有想法，你才是一个高级文案；如果你写得好、有想法，并且是一个有“邪念”的文案，你将是一个很棒的文案。

但这就够了 马？

这还不够！

如果你同时还是一个正直的人，你将会成为一个有远见的伟大文案。

谨记这一条：做一个有“邪念”的正直文案，会让你的路走得更远。

培养与众不同的爱好 通常别人会问你，你的职业是什么？

你会怎么回答？

文案，写字的，摄影爱好者，造梦者，奸商的同党，乙方，歌手。

其实，你会发现，文案并不是你生命的全部，你会做更多你引以为傲的事情，这是好事。

如果哪天，你发现，你只会写文案，这反倒让我觉得有些悲哀，因为我觉得，只会写文案的文案，在现在这个时代，肯定跟不上时代的发展（这并非官话），直接点说，就是满足不了客户的血盆大口。

善待灵感 灵感是什么？

没有人给你一个明确的定义，它是一种飘忽不定的假象，里面充斥着某种激素，足以让你忘掉这世界上的一切烦恼，它不在法则里，也不在你设计的路线里，遇见是必然的，但相遇又是偶然的。

它小到无法捉摸，大到足以颠覆世界。

来时不一定有风，来过以后，一定天翻地覆。

没有形，但不代表没有分量，恰恰相反，你不能无视它的存在，而应该珍惜它，甚至每时每刻想着它，如同恋人一般，用心灵去感应它。

在你想要它出现的时候，它一定会出来跟你打个照面的。

作为以创意之名，行走江湖的文案，你最好随身准备一个本子，姑且算做是灵感记录手册。

它将记录下每一个激动人心的时刻。

你要懂得收集和分类，哪些是有益的，哪些是对的，哪些是真正史无前例的，然后，你要用执行力，验证它超乎寻常的魔力。

灵感来自哪里？

生活的每一处，书本上，电影里，甚至路边的一处垃圾场，尘土飞扬的工地。

灵感在你的头顶飘忽不定，飘在外面的灵感，就像无家可归的弃儿，身份卑微，当你拥有并培育了它，它才会身价飙升，甚至一夜倾城。

真诚 真诚比秘籍实用。

这里不是教科书，如果你只是为了应试教育，考高分，看这些文字对你无益。

这里只是经验之谈。

既然是经验之谈，就不能套用在任何个体身上，因为没有一个个体是相同的，尤其是在广告这个行业。

<<金牌文案>>

编辑推荐

《金牌文案:学校不教的四十三堂文案课》尤其适合文案人作为案头必备之物。

何谓好文案？

将创意与市场结合起来达到极致完美的境界。

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>