

<<如何成为杰出的广告文案撰稿人>>

图书基本信息

书名：<<如何成为杰出的广告文案撰稿人>>

13位ISBN编号：9787561510964

10位ISBN编号：7561510969

出版时间：2002-7

出版时间：厦门大学出版社

作者：陈培爱

页数：269

字数：219000

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>

## <<如何成为杰出的广告文案撰稿人>>

### 内容概要

本书运用传播学的理论,结合大量的实例,系统阐述了广告文案创作的基本理论与基本知识,着重阐述了广告文案的创作过程与原则。

第一部分以六章篇幅概述了广告文案的基本要素,如广告文案的主题、创意、语言、标题、正文与口号等。

第二部分以四章篇幅分别阐述了广播、电视、诗歌体、对联体广告文案的要素、表现形式与创意原则。

最后以两章篇幅介绍了品牌命名艺术与广告文案撰稿人的素养。

本书实用性和可操作性强,不仅是广告学专业的主干课教材,对广告从业人员也有实用价值。

## <<如何成为杰出的广告文案撰稿人>>

### 书籍目录

第一章 广告文案创作导论 第一节 广告文案概述 第二节 广告文案的结构、分类与体裁 第三节 广告文案的创作过程与原则 第四节 广告文案的修辞第二章 广告文案主题 第一节 广告主题的确立 第二节 广告主题与定位 第三节 广告主题与题材第三章 广告文案创意 第一节 广告创意的内涵 第二节 广告创意的流程 第三节 广告创意的来源 第四节 广告创意的表现 第五节 广告创意的制约第四章 广告文案语言 第一节 广告语言的形式与结构 第二节 广告语言的基本特征 第三节 广告语言的文字提炼 第四节 广告语言的艺术表现第五章 广告标题 第一节 广告标题的作用 第二节 广告标题的种类 第三节 广告标题的制作方式 第四节 广告标题的写作技巧第六章 广告正文与口号 第一节 广告正文的结构 第二节 广告正文的类型 第三节 广告正文的基本要求 第四节 广告口号第七章 广播广告文案 第一节 广播广告的要害与种类 第二节 广播广告文案的表现形式 第三节 广播广告文案的创意原则第八章 电视广告文案 第一节 电视广告语言的特色 第二节 电视广告文案表现形式 第三节 电视广告文案创意要求 第四节 电视广告综合语言的协调第九章 诗歌体广告文案 第一节 诗歌体广告源远流长 第二节 诗歌体广告的作用 第三节 诗歌体广告的种类与写法 第四节 诗歌体广告例选第十章 对联体广告文案 第一节 对联体广告的特点 第二节 对联体广告的作用 第三节 对联体广告例选第十一章 品牌命名艺术 第一节 品牌命名的重要性 第二节 企业命名艺术 第三节 产品命名艺术第十二章 广告文案撰稿人的素养 第一节 激发撰稿人的创作潜能 第二节 营造优良的创作环境 第三节 协调撰稿人与艺术指导的关系

<<如何成为杰出的广告文案撰稿人>>

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>