

<<广告文案写作教程>>

图书基本信息

书名：<<广告文案写作教程>>

13位ISBN编号：9787566305350

10位ISBN编号：7566305352

出版时间：周渡 对外经济贸易大学出版社 (2012-12出版)

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>

## <<广告文案写作教程>>

### 内容概要

广告文案写作教程，ISBN：9787566305350，作者：周渡

## <<广告文案写作教程>>

### 书籍目录

第1章广告和广告文案 第一节广告 第二节广告文案 第三节广告文案的写作 第2章广告文案的执行策略  
第一节文案与目标市场策略 第二节文案与定位策略 第三节文案与诉求对象策略 第3章广告文案的创意  
第一节广告文案的创意 第二节广告文案创意的方法 第三节广告文案创意的常见类型 第4章广告文案的  
结构 第一节广告文案的标题 第二节广告文案的正文 第三节广告文案的标语 第四节广告文案的随文  
第5章广告文案的语言 第一节广告文案的语言规范 第二节广告文案的叙事方式 第三节广告文案的修辞  
技巧 第6章软文广告文案 第一节软文广告 第二节软文广告文案 第三节软文广告文案的写作 第7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8章报刊广告文案 第一节报纸广告文案 第二  
节杂志广告文案 第三节报刊广告文案的文体类型 第四节报刊广告个案分析 第9章广播广告文案 第一节  
广播广告 第二节文案对广播媒体特性的配合 第三节广播广告文案的写作 第四节广播广告个案分析  
第10章电视广告文案 第一节电视广告 第二节电视广告文案写作 第三节电视广告个案分析 第11章网络  
广告文案 第一节网络广告 第二节网络广告类型 第三节网络广告文案的写作 第四节网络广告文案的创  
意 第五节网络广告个案分析 第12章不同内容的广告文案 第一节消费物品类广告文案写作 第二节生产  
资料类广告文案写作 第三节服务娱乐类广告文案写作 第四节信息产业类广告文案写作 第五节企业形  
象类广告文案写作 第六节社会公益类广告文案写作 参考文献

## <<广告文案写作教程>>

### 章节摘录

版权页：（六）广告经费 广告经费是广告运动得以展开的经济基础。

它应当包括市场调研、广告创意策划、广告制作、媒介租用、广告效果评估等各种费用。

第二节 广告文案 一、广告文案概述 （一）广告文案的涵义 人们对于广告文案的定义各不相同。

有的将广告文案定义为“以广告宣传为目的的文字作品”，有的定义为“已经完成的广告作品的全部的语言文字部分”。

这样的定义虽相当简洁明了，然而也很值得推敲。

我们认为，广告文案应当是广告作品的文字部分。

使用这一定义，不会将广告文案与广告策划书相混淆。

因为后者所包括的内容要比前者所包括的内容多得多，广告文案只是其中的一部分。

很显然，广告策划书并不属于广告作品的文字部分。

（二）广告文案的类型 对广告文案进行分类，也是一件很困难的事情。

不同的人有不同的分类方法。

由于所取角度的不同，也会造成分类上的不同。

我们这里采用以不同的媒介为标准对广告文案进行分类的方法。

1.印刷媒介广告文案 印刷媒介包括报纸媒介、杂志媒介和其他纸质媒介（如邮送广告等）。

这类媒介的共同优点是：文字可以和画面相配，可以留在纸上，可以用来表现比较复杂、比较深刻的内容，便于长期保存，便于随纸流传。

当然，其缺点也是很明显的：传播信息停留于平面，缺乏立体感，难以造成如同电视媒介那样的视觉冲击力。

印刷媒介广告文案的写作，应当体现出这种媒介的特点，要注意文字与画面的匹配，注意文字表达的醒目，注意运用版面语言来表达广告诉求的主要内容。

2.广播媒介广告文案 广播媒介是借助于无线电波来传播有关信息的媒介。

这种媒介传播的信息，可谓稍纵即逝。

受众接受这类媒介传播的信息，完全凭听觉。

这是它的短处。

但它同时又有长处。

一般说来，广播媒介有自己的固定的听众群，适合于对这些听众群播出他们所关心的广告信息。

广播媒介传播广告信息，速度快，费用低。

对于广播所传播的广告信息，听众只需具备收听条件便可接收，除此以外别无要求。

为广播媒介撰写广告文案，应该充分注意到受众的收听特点。

在文案中，要避免可能产生误听的字、词，对重要的广告内容要安排适当的重复，要注意广告内容与音响效果的和谐。

## <<广告文案写作教程>>

### 编辑推荐

《大学生现代实用写作系列教材:广告文案写作教程》是在校大学生学习广告文案写作的理想教材,也是广告从业人员提高业务水平的开卷有益的参考读物。

<<广告文案写作教程>>

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>