

<<新编广告文案写作>>

图书基本信息

书名：<<新编广告文案写作>>

13位ISBN编号：9787811239157

10位ISBN编号：7811239159

出版时间：2010-8

出版时间：林刚、王新惠 北京交通大学出版社 (2010-08出版)

作者：林刚，王新惠 著

页数：292

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>

<<新编广告文案写作>>

内容概要

《新编广告文案写作》为高等学校广告学专业“广告文案写作”课教学用书，旨在培养学生广告创意思维与文案写作技能，重点讲授平面广告文案、直邮广告文案、广播广告文案、电视广告文案、网络广告文案、公益广告文案、系列广告文案的写作要点及经典案例，并从广告实战的角度，介绍了宣传企业的广告文案、宣传产品的广告文案、宣传服务的广告文案的实际操作要领与代表作品。

《新编广告文案写作》注重实践，案例丰富，体例合理，适合教学，既可作为本科、高职高专教材，又可作为成人教育、自学考试和广告从业人员学习文案写作的参考书。

<<新编广告文案写作>>

书籍目录

第一章 广告文案概说第一节 广告文案的概念、特点和作用一、广告文案的概念二、广告文案的特点三、广告文案的作用第二节 广告文案的类型和构成要素一、广告文案的类型二、广告文案的构成要素第三节 优秀广告文案的特点与撰写原则一、优秀广告文案的特点二、广告文案的撰写原则思考与练习第二章 广告文案写作技巧第一节 广告文案的创意第二节 广告文案策略一、什么是文案策略二、文案策略的三要素三、文案策略思考的关键——找出问题并解决四、文案策略的表达第三节 广告文案的写作模式与诉求方式一、文案写作模式二、文案诉求方式思考与练习第三章 平面广告文案写作第一节 平面广告文案概说一、平面广告文案的种类二、平面广告文案的特点三、平面广告文案的结构第二节 平面广告文案写作一、广告标题的撰写二、广告内文(正文)的撰写三、广告标语的写作四、广告随文的写作第三节 平面广告文案经典案例赏析一、国外经典平面广告文案欣赏二、国内优秀平面广告文案欣赏思考与练习第四章 直邮广告文案写作第一节 直邮广告概说一、直邮广告的种类二、直邮广告的特点三、直邮广告的作用及局限第二节 直邮广告文案写作一、直邮广告文案的构成二、直邮广告文案的写作三、直邮广告文案写作要点第三节 直邮广告及文案赏析一、直邮广告成功案例二、直邮广告策划方案案例三、直邮广告信函文案思考与练习第五章 广播广告文案写作第一节 广播广告概说一、广播媒体的特点与比较优势二、广播广告的特点三、广播广告的创意设计第二节 广播广告文案写作一、广播广告文案特点二、广播广告文案的结构三、广播广告文案的类型四、广播广告文案的写作要求第三节 广播广告文案经典案例赏析一、台湾地区捷和建设“水莲山庄·湖景”系列广播广告文案二、“麦当劳板烧鸡腿堡”广播广告文案三、格力空调广播广告文案四、“参参口服液”广播广告文案五、“实创装修”广播广告文案六、“七喜饮料”2008年广播广告文案思考与练习第六章 电视广告文案写作第一节 电视广告文案概说一、电视广告文案的特点……第七章 网络广告文案写作第八章 公益广告文案写作第九章 系列广告文案第十章 广告文案实际操练参考文献

<<新编广告文案写作>>

章节摘录

版权页：插图：在现代汉语词汇中，“广告”大约20世纪初在我国使用和流行。

最初把“Advertising”多译成“告白”、“告帖”等，用“广告”一词，最早应见之于1907年的《政治官报章程》。

按照汉字字面上的解释，应该是广而告之，广泛劝告，向公众说明、告知某件事的意思。

我国广告业虽然起步较晚，但对于广告理论的研究一开始就给予了广泛的关注与重视。

《辞海》（1980年版）对广告的定义是：“向公众介绍商品、报道服务内容或文娱节目等的一种宣传方式。

一般通过报刊、电台、电视台、招贴、电影、幻灯、橱窗布置、商品陈列等方式来进行。

”1999年修订后《辞海》对广告的定义是：“通过媒体向公众介绍商品、劳务和企业信息等的一种方式。

一般指商业广告。

从广义来说，凡是向公众传播社会人事动态、文化娱乐、宣传观念的都属于广告范畴。

”从以上广告定义中不难看出，随着社会经济、科学、文化的进步，广告的含义还在不断完善。

其概念的界定有广义和狭义两种。

广义的广告指所有的广告活动，一切为了沟通信息、促进认知的广告形式都是广告，主要有商业广告与非商业广告。

商业广告是指那些传递有关经济方面的信息、能够带来赢利的广告。

非商业广告是指商业广告之外的一切广告。

如政府部门、社会团体发布的公告、声明、启事，个人传递的广告信息等，这些广告不是以赢利为目的，如公益广告。

狭义的广告就是商业广告。

这也是本书所讲的广告。

概而言之，广告是广告主以商品或者服务的消费者、购买者为主要对象，以宣传说服达到促进销售的目的，通过媒介发生的一种有偿的并负有责任的商品或劳务信息传播活动。

随着经济的发展和科学技术的不断进步，作为商品经济产物的广告已深入到社会、经济、文化等各个领域，成为人们日常生活的组成部分。

<<新编广告文案写作>>

编辑推荐

《新编广告文案写作》：“十一五”高等院校精品规划教材

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>