第一图书网, tushu007.com

<<文案力>>

图书基本信息

书名：<<文案力>>

13位ISBN编号：9787111185765

10位ISBN编号：7111185765

出版时间：2006-4

出版时间：机械工业出版社

作者：鹏程

页数：302

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

《文案力：透过心灵的说服》鲜明地提出，在广告诉求的过程中，对广告诉求又是一种新的概括。
《文案力：透过心灵的说服》是以本土实例所撰写的广告创意、文案专著。
摈弃教条、不背公式，以实例由浅入深，对创意构想及各类文案写作，作广度与深度的剖析、整合，是企划人及文字工作者在创意与文案上欲有所突破的必备工具书。
嗨，广告人，我们来了！
身处在复杂且竞争激烈的现代商业环境里，无论是企业或个人，完善的企划案是行动的先决条件。
然而，充满创意的人才和绝佳的执行团队，在面对如何制作一份完善企划案的问题时，却常常如同瞎子摸象，不得要领。
抽象是人的本能，美是抽象的动力。
广告本身就是一种抽象，30秒的广告，15秒的广告信息，浓缩了企业想表达的产品信息，把企业或产品的信息通过广告向外界传播本身就是一个抽象的过程；同时《文案力：透过心灵的说服》提到的广告创作更是一个抽象的过程，创意过程是不可知的，是混沌的，但创意的结果，即广告作品是分形的。

书籍目录

前言 一本关于七个小矮人的故事寻找喜剧的美感——创意幽默式文案突破思维定势——逆向思维式文案让广告感性起来——甜蜜诉求式文案快速区分产品优劣——对比式广告文案读出人物内心——内心独白式文案不可能发生的事情发生了——超现实主义广告文案豪华落尽见真淳——白描式文案让画面活动起来——卡通式文案享受高远意境——引用文案透过人体的欲望——性感诉求式文案如何吊受众胃口——悬念式文案常规的东西腻味了——荒诞式文案来自威胁的创意——恐惧式文案充满着情感的强列波动——形象塑造式文案放大再放大——夸张式文案甲物说成了乙物——比喻式文案撼动心灵、引发共鸣——亲情式文案几许温存和无限感慨——怀旧式文案又一种传播方式——另类媒体广告文案现代主义扭曲变形——异化式文案把握时代脉搏——流行式广告文案让文字游戏起来——排比式文案给受众新奇异趣的新鲜感——比拟式文案“佯装无知者”——反讽式文案讲故事给你听——小小说体广告文案文字本身就是创意——汉字创意式文案再造惊奇感和新鲜感——推陈出新式文案用嗓子才能享受——歌曲式广告文案写出以人为本——人道主义式文案用对话解答顾客——对白式广告文案使受众潜心于广告情境一一抒情体广告文案和她一样的美丽——类比式广告文案使敬仰之情再次升华——名人效应式广告文案社会事件也有商机——时事型广告文案是这样介绍产品的——主观表白式广告文案把诉求浓缩成精华——仿拟式广告文案广告趣味盎然——镶嵌式广告文案话中有话——双关式广告文案用修辞感染你——顶针式广告文案不以情感动人——客观陈述式广告文案张扬出对方弱势——竞争式广告文案让生活气息流淌——民歌体广告文案富于音乐感的平仄——对联体广告文案语句简约隽永——诗歌体广告文案让叙述自由发展——自述体广告文案渗透的情感之关——书信体广告文案真实确切真的很难——新闻体广告文案意味无穷一标语体广告文案特定的人群喜欢的——戏剧体广告文案

编辑推荐

本套丛书一反常规营销图书的理论模式，从产品销售领域中的传播范畴入手，告诉读者如何去销售你的产品，如何使你的产品信息在传播中获得更大的附加价值，详细解读了产品营销中传播范畴的销售力、大创意、文案力、大比稿，每《文案力：透过心灵的说服》中还穿插有公司实际商务活动的案例。

《文案力：透过心灵的说服》从传播学的角度来分析文案的写作方法，深层次地挖掘并告诉读者，如何让文案轻松说服你的目标消费者，这就是本的宗旨——透过心灵的说服。

《文案力：透过心灵的说服》通过对文案写作的49种诉求方法的剖析，使读者能很容易地掌握文案写作过程中精妙之处。

同时，书中还分析介绍了大量的文案写作领域的大师们的创作心法，值得读者借鉴、学习。

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