第一图书网, tushu007.com

<<广告文案写作>>

图书基本信息

书名：<<广告文案写作>>

13位ISBN编号：9787565704031

10位ISBN编号：7565704032

出版时间：2012-5

出版时间：中国传媒大学出版社

作者：崔银河　编著

页数：212

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

广告文案写作是一则则广告作品能否得以顺利制作完成并得到广大受众喜爱的一个关键环节；因而，本书着重研讨广告文案写作技法，重点探讨各传统媒体，新型媒体广告文案写作之不同技巧，以期让读者更好地把握广告写作特点。
既能看懂广告。
又会撰写广告文案，更能评价广告。

第一图书网, tushu007.com

<<广告文案写作>>

书籍目录

第一章 广告文案写作发展历史
　第一节 广告文案写作历史概述
　第二节 现代广告文案写作发展历程
第二章 汉语修辞与广告文案写作
　第一节 综述
　第二节 广告文案构成
　第三节 汉语修辞与语言运用
　第四节 广告写作技法
第三章 电视广告文案写作
　第一节 概述
　第二节 电视广告文案写作
第四章 广播广告文案写作
　第一节 概述
　第二节 广播广告类型
　第三节 广播广告文案写作
第五章 报纸广告文案写作
　第一节 概述
　第二节 报纸广告文案写作
第六章 杂志广告文案写作
　第一节 概述
　第二节 杂志广告文案写作(上)
　第三节 杂志广告文案写作(下)
第七章 网络广告文案写作
　第一节 概述
　第二节 网络广告文案写作
第八章 户外广告文案写作
　第一节 户外媒体简述
　第二节 户外媒体广告文案写作
第九章 其他媒体广告文案写作
　第一节 手机媒体广告文案写作
　第二节 其他媒体广告文案写作
第十章 后现代主义广告文案写作
　第一节 概述
　第二节 后现代主义广告文案写作技巧
结语
参考文献

章节摘录

版权页： 插图： 通过这样一番简短论说，我们就会有一个共识，那就是文字在广告信息传播中有着非常重要的地位和作用。
而广告文案无疑是运用文字来传递信息的主要方式，这样，探索广告文案的发展历史就是一件有意义的事情。
笔者努力探寻后，发现最早的关于有意识地告知信息的广告文案大约是在商朝。
神农“列尘于国，日中为市”，正是凭借着这样的文字记载，我们才得以知道，大约在公元前4500年的原始公社晚期，就已经有了集市贸易。
也正是从商代起，文字正式被人们运用于日常生活之中，成为信息告知的重要载体，当时的甲骨文时期是中国文字——汉字，被作为记事、指意等符号创造出来后第一个较为完整的字体发展阶段。
据考古学研究认定，甲骨文产生的年代在距今约三千六百年前的商代武丁以及武丁以前时期（公元前1600～公元前1208年），而在河南舞阳贾湖遗址发现的更早的龟甲刻画符号年代距今有7500～8500年。
从那些已被发掘出来的上万片甲骨文中，我们明显地看到，其中有不少内容既是文化表现，又是广告诉求，比如像甲骨文《合集》33371中记载：“丙戌卜，丁亥王陷擒，允擒三百又四十八。
”该甲骨文介绍了商代统治者举行的一次大规模田猎活动，在这次田猎活动中共擒获野兽348头。
“甲申h，宾贞，告秋于河”（《合集》9627），统治者乞求上天神灵保佑当地的农业能有一个丰收年景。
“贞，燎于王亥，告其从望乘”（《合集》7537），特地向随军出征的商人祖先神主致祭以求得保佑，等等。
商代起，随着社会的发展与文化的进步，汉字被人们发明且不断改进，使其渐进成熟，正如笔者在另一本书中所说：“今天，世界上大多数国家所使用的文字都是拼音文字，而我国的汉字则是表意文字。
表意文字的主要特征就是文字本身就有一种意义上的指向。
我们知道，文字是人类用来告知信息的一个载体，尤其是对于表意文字来讲，其本身就具有一种某一特定信息的指代。
当我们仔细地研究那些古代象形文字时，就会发现最早的象形文字创造出来的初始目的就是要传递某一信息，它本身就是某一信息的固定化符号，这种固定化符号原本意图就是要告知某一信息，这样的告知则可以认定它是广告的萌芽。
”汉字这一中华文化的代表究竟是在哪一年发明创造出来的，至今还没有一个确切的时间认定，但是，汉字这一世界上以表意为其造字特点的文字从其一开始就与广告结下了不解之缘，许慎在《说文解字》中专门解释道：汉字的六书是：“一曰指事。
指事者，视而可识，察而见意，上下是也。
二曰象形。
象形者，画成其物，随体诘诎，日月是也。
三曰形声。
形声者，以事为名，取譬相成，江河是也。
四曰会意。
会意者，比类合宜，以见指为，武信是也。
五曰转注。
转注者，建类一首，同意相受，考老是也。
六日假借。
假借者，本无其字，依声托事，令长是也。
”《说文序》中还说道：“仓颉之妆作书，盖依类象形，故谓之文，其后形声相益，即谓之字。
”

第一图书网, tushu007.com

编辑推荐

《广告专业"十二五"规划教材:广告文案写作》由中国传媒大学出版社出版。

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