第一图书网, tushu007.com

<<现代应用文写作大全>>

图书基本信息

书名：<<现代应用文写作大全>>

13位ISBN编号：9787800845253

10位ISBN编号：7800845257

出版时间：2003-10-1

出版时间：金城出版社

作者：康贻祥

页数：309

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

前言

不管是简单的留言，还是情真意切的情书，或者文采飞扬的散文，言简意赅的文书，在我们的生活和工作中，都离不开写作。

我们通过文字表达自己的思想，通过文字表现自己的心声，通过写作提高自己的书面表达能力，扩大自己的社交关系，从而迈向成功人生。

在普通的生活中，即使不需要高深的理论、思辨的学说来进行写作，但准确地表达自己是必需的，因为写作还体现出一个人的文化水平，是自己的个性特征之一。

本书简洁地概括介绍了生活和工作中各种常见常用的文体，列举了数百篇各类优秀的范例并分析评论，帮助读者收到触类旁通和闻一知十的效果，是写作中不可缺少的参考文本，让你在不知不觉中成为写作能手。

内容概要

不管是简单的留言，还是情真意切的情书，或者文采飞扬的散文，言简意赅的文书，在我们的生活和工作中，都离不开写作。
我们通过文字表达自己的思想，通过文字表现自己的心声，通过写作提高自己的书面表达能力，扩大自己的社交关系，从而迈向成功人生。
在普通的生活中，即使不需要高深的理论、思辨的学说来进行写作，但准确地表达自己是必需的，因为写作还体现出一个人的文化水平，是自己的个性特征之一。
本书简洁地概括介绍了生活和工作中各种常见常用的文体，列举了数百篇各类优秀的范例并分析评论，帮助读者收到触类旁通和闻一知十的效果，是写作中不可缺少的参考文本，让你在不知不觉中成为写作能手。
本书具有以下特点： 简洁的表述 经典的范例 明了的格式 精彩的评论 众多的文体
也许现在你不是渊博的学者，不是全能的写手，但你往往要按一定的格式写作，这时候，也许你就需要一位朋友或助手帮助自己。
然而在忙碌的人’生里，重要的原则是——求人不如求自己。
因此，这本书是你最好的助手，是你最佳的秘书，是你案头必备的工具。
只要你在需要的时候参阅本书，它就会给你以无私的帮助。

书籍目录

第一篇　日用文书日用文书概述寿诞礼仪寿庆启事寿联幛祝寿诗祝寿电报祝贺生日婚庆文书征婚文书婚姻登记文书婚礼致词结婚请柬婚喜联贺幛丧葬文书唁电、唁函讣告悼词碑文常用祭幛题词遗嘱信函文书家信爱情书信求助信介绍信证明信求职信推荐信感谢信第二篇　策划文书策划文书概述制定策划方案公共关系策划CI策划营销策划新产品开发策划专题活动策划竞争策划名牌战略策划零售服务策划企业形象策划广告文案策划广告广告策划广播广告报纸广告宣传卡招贴设计POP介绍杂志广告设计分类广告广告文案招聘广告经营广告商品广告开业广告第三篇　经济文书经济文书概述经济公艾计划总结可行性研究报告商务公文合同市场调查报告市场预测报告商务文书申请报告办理税务登记的申请报告企业经营范围变更登记申请报告商品说明书招标书投标书会议请柬外贸信函第四篇　行政公文行政公文概述行政公文写作命令（令）议案决定指示公告通告通知通报报告请示批复函会议纪要公报条例规定办法第五篇　事务文书礼仪文书祝词欢迎词欢送词答谢词开幕词闭幕词祝酒词社交文书保证书意向书倡议书建议书聘请书事务公文简报总结述职报告业务自传规则章程公约协议会议记录工作制度启事海报条据请假条留言条托事条字据第六篇　宣传文书宣传文书概述讲话稿演讲稿解说词发言提纲名片中式名片西式名片介绍性名片写作性名片第七篇　新闻写作新闻概述消息通讯访问记调查报告新闻特写板报与墙报

章节摘录

“广告文案”即是“已经完成的广告作品的全部的语言文字部分。”这一定义的要点在于：

1. 广告文案仅存在于广告作品中，也就是说在广告运作过程中的其他应用性文稿，如由广告公司提供给广告主的广告策划文本、广告公司内部的相关提案及其他有关广告的文字方案都不能称为“广告文案”。

2. 包含真正意义上的“广告文案”的作品，必须是已经完成的广告作品。在一则广告作品完成之前，虽然要经过相应的创作过程，并且形成“草案”或“讨论稿”性质的语言文字内容，但是它们不直接面对广告受众，无法起到传达广告信息的作用，因此不能称为广告文案。

3. 广告文案包括“语言”或“文字”，或者说广告文案可以通过语言或文字两种符号来体现。语言指诉诸听觉的有声语言，主要体现为有声语言的广告文案包括电视广告文案和广播广告文案；文字指诉诸视觉的书面形式的语言，主要体现为文字的广告文案包括报纸广告文案及其他通过印刷媒体发布的广告作品的广告文案。

4. 广告文案包括广告作品“全部”的语言文字部分。它不单单指“广告语”，也不单单指“广告正文”，它是由一则有效的广告作品所必需的全部的语言文字组成的一个有机的整体，广告作品中的任何语言文字内容（当然广告作品中展现的产品本身所包含的文字除外）都是广告文案不可或缺的组成部分。

广告文案有其自身的独立、完整的结构，它由标题、广告语、正文、随文四个部分组成。

标题：指包含广告诉求的中心内容或最能引起受众的兴趣的信息、位于广告文案最前面、对全文起统领作用的语言或文字。

广告语：又称广告口号、广告标语，指为加强受众对企业、产品或服务的印象而在广告中长期、反复使用，旨在向消费者传达一种长期不变的观念的语言或文字。

编辑推荐

《现代应用文写作大全（修订版）》包括全新的体例，简明的图式，二百种文体，三百篇例文。轻轻松松学会公文写作，不知不觉提高写作技巧，日常工作、生活中不可或缺的好帮手。

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