

<<广告文案写作与赏析>>

图书基本信息

书名：<<广告文案写作与赏析>>

13位ISBN编号：9787802074620

10位ISBN编号：7802074622

出版时间：2006-1

出版时间：经济管理出版社

作者：柴少恒

页数：286

字数：362000

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>

<<广告文案写作与赏析>>

内容概要

“广告的效果50%-75%来自于广告方案。

”这是美国最权威的调查机构经过科学测试得出的结论，这就是说广告文案效果的最关键的因素。在这个信息爆炸的时代，要想使自己的广告不断顺应市场经济的浪潮，并能标新立异、独占鳌头，其中至关重要的就是在敢于实践的基础上，认真研究总结广告文案的突出特点和写作的方式方法，充分挖掘其深层的含义，从而在具体运用中“一语惊人”。

《广告文案写作与赏析》一书便是本着这一目的编写而成的。

作者经过多年的经验积累，使本书具有了下列突出特点： 创新性 总结出近百种广告文案写作技巧与方法，是目前同类书中最多的，充分反映了广告文案写作的最新成就。

经典性 该书的精彩实例均为国内外最经典的广告文案，并配以专家的精确评语，其简洁、明快、诉求力强的特点极为突出。

丰富性 方法全面，资料丰富，让您对广告文案的写作有全面准确的了解和把握。

实用性 所讲述的文案写作方法，具体、简明和可操作性强。

各行业精彩文案的写作，针对性强，切合实际，便于理解和操作。

纵观世界上著名企业的发迹史：有的一步一步通过开拓努力逐渐占领市场，兴世瞩目；有的一举成名，远播海外。

这中间广告文案起着关键的作用。

我们编写本书的目的，是要为目前从事广告文案的写作人员和有志于此行业的在校师生和研究人员开启经典文案写作的理想大门。

开卷有益！

<<广告文案写作与赏析>>

书籍目录

第一篇 广告文案概说 第一章 广告文案的概念及写作步骤 一、广告文案的概念 二、广告文案的格式 三、优秀广告文案的标准 四、广告文案的目标 五、广告文案的写作步骤 第二章 广告文案写作10大原则 一、功夫在诗外——前期准备要做好 二、语言要“KISS” 三、长短适中应“看菜下碟” 四、版面编排 赏心悦目 五、优秀标题 画龙点睛 六、文图互补 受众喜爱 七、广告歌曲 易唱易记 八、悦耳动听 形象易懂 九、定位准确 人心人脑 第二篇 广告文案写作方法 第三章 广告文案写作56法 一、关注受众法 二、提议、建议或推荐法 三、巧用汉字法 四、扭曲变形法 五、超现实法 六、荒诞法 七、恐惧法 八、内心独白法 九、怀旧法 十、幽默法 十一、点铁成金法 十二、悬念法 十三、反讽法 十四、以退为进法 十五、留白法 十六、委婉法 十七、“噱头”法 十八、鼓动法 十九、数字精确法 二十、诗歌法 二十一、巧用戏剧法 二十二、讲故事法 二十三、借用曲艺法 二十四、报告文学法 二十五、发布新闻法 二十六、引证法 二十七、论说法 二十八、解决问题法 二十九、情报法…… 第三篇 精彩的行业广告文案实例 第四篇 四大媒体广告文案的写作 第五篇 其他传播形式广告文案

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>