

广告文案写作



[广告文案写作_下载链接1](#)

著者:王忠诚

出版者:中国财政经济出版社

出版时间:1998-05

装帧:平装

isbn:9787500534471

广告 .作为一种促进销催化剂,在录今信息社会
,已成为传播各种蹦信息不可缺少⑩的有力工具和缀霸
手段。然而,随着科学溯技术的迅速煽脱发展和商耀巍品经
经济的日趋 繁荣,蹬蹦广告质量将伴随溯煽形势的发展而蹦
逐步提高。为此,我们编写本书供广耀大广告专业踞耀
人员和工商业的销售人魏员学习簇缀和参考。球蘸溺缀耀溯本
书共分六章。主要内容:第一章广告的基本
概念及广告在籍蹦商品经济中的作用和功能;第二龠
章到第四章创意在腿踞广告方案要中的重要性,以及创意溯蹬
与广告表现、创意历程、写作技巧、文案人员应缀缀愿
具备的条件和怎样学习提高其写懂作能力等;第五

章语言、修辞与标点符号败的运用；第六章各疆种广告题溯霸
文体。服强礪I溯服删朋

作者介绍:

王忠诚 男，1965年生于吉林省长
春市。法律系毕业，广告学副教授。并
研修过新闻学、广告学、公共关系学等
多门学科。

作者1998年开始从事广告科学
艺术研究、公共关系等工作。曾在深圳
世界建筑导报社任采访部副主任、深圳
南方广告公司业务部主任。现任吉林省
松花江大学广告系主任、吉林省百思特
国际广告博览有限公司策划总篮、长春
市广告研究会会长。

目录: 第一节 广告概念
第二节 广告功能
第三节 媒体与广告写作
第一节 创意与广告表现
第二节 创意历程
第一节 专业知识
第二节 业精于勤
第三节 勤于动笔....
第一节 广告文案的标题
第二节 广告口号
第三节 广告文案的正文
第一节 语言
第二节 标点符号
第三节 修辞
第一节 描写体的写法
第二节 抒情体的写法
第三节 论说体的写法
第四节 说明体的写法
第五节 诗歌体的写法
第六节 对联体的写法
第七节 幽默体的写法
第八节 曲艺体的写法
第九节 故事体的写法
第十节 影剧体的写法

• • • • • (收起)

[广告文案写作_下载链接1](#)

标签

评论

[广告文案写作_下载链接1](#)

书评

[广告文案写作_下载链接1](#)