

<<实用广告写作>>

图书基本信息

书名：<<实用广告写作>>

13位ISBN编号：9787504337610

10位ISBN编号：7504337617

出版时间：2002-1

出版时间：中国广播电视出版社

作者：刘友林

页数：350

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>

## <<实用广告写作>>

### 内容概要

《实用广告写作》以实用广告写作为主旨，分成上、中、下三篇，十五个章节，其内容包括广告的主题与创意、广告文案的创作、广告写作的语言、印刷广告文案的写作、广播广告文案的写作、网络广告文案的写作、韵文类广告的写作、情节类广告、论说类广告的写作等等。

## <<实用广告写作>>

### 书籍目录

上篇：基础篇第一章 绪论第一节 广告基础知识第二节 广告写作基础知识第二章 广告的主题与创意第一节 广告的主题第二节 广告的创意第三章 广告文案的创作第一节 广告标题第二节 广告正文第三节 广告标语第四节 广告随文第四章 广告写作的语言第一节 广告写作的语言技巧第二节 广告中的常见语病  
中篇：媒体篇第五章 印刷广告文案的写作第一节 印刷广告概说第二节 报纸广告文案的写作第三节 杂志广告文案的写作第四节 其他类型印刷广告文案的写作第六章 广播广告文案的写作第一节 广播广告概说第二节 广播广告文案概说第三节 广播广告文案的语言要求第四节 广播广告文案的写作要求第七章 电视广告文案的写作第一节 电视广告概说第二节 电视广告文案概说第三节 电视广告文案的写作第四节 电视广告脚本的常用格式第八章 网络广告文案的写作第一节 网络广告概说第二节 网络广告文案写作原则与技巧  
下篇：文体篇第九章 韵文类广告的写作第十章 散文类广告的写作第十一章 表演类广告的写作第十二章 情节类广告第十三章 短语类广告的写作第十四章 介绍类广告的写作第十五章 论说类广告的写作附录一：市场调整报告的写作附录二：整体广告策划书的写作附录三：大卫·奥格威的创作经验附录四：台湾广告学者樊志育的文案检核表

编辑推荐

本书是《广告实务操作丛书》系列之一。

本书以实用广告写作为主旨，分成上、中、下三篇，十五个章节，其内容包括：广告的主题与创意、广告文案的创作、广告写作的语言、印刷广告文案的写作、广播广告文案的写作、网络广告文案的写作、韵文类广告的写作、情节类广告、论说类广告的写作等等。

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>