

<<金牌文案>>

图书基本信息

书名：<<金牌文案>>

13位ISBN编号：9787538170627

10位ISBN编号：7538170626

出版时间：2011-9-1

出版时间：辽宁科技

作者：金牌文案联盟

页数：246

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>

## <<金牌文案>>

### 内容概要

《金牌文案：学校不教的四十三堂文案课》由国内最具代表性的13位金牌文案高手组成的金牌文案联盟倾力写作而成，从入门到精通，实际工作中的点点滴滴，都会从充满神奇灵性的文字中给文案人以启迪和力量，可谓读之有味，用之顺手。

## <<金牌文案>>

### 作者简介

赖致宇，李浪，阿三，刘静锋和梁佐林，风正一帆，高扬，乐剑锋，王小塞，陈格雷，邓斌，黄燕东，陈国辉，这十三位顶级文案高手，每个人都主持创意出过可圈可点的经典之作，每个人都充满了不凡的故事与传奇。

## <<金牌文案>>

### 书籍目录

#### 赖致宇的文案课

##### 作者简介

第一课 思想系、视觉系、传染系——金牌文案需要注意哪些细节

第二课 创意人，你比别人多幸福了些什么？

——我的文案人生感悟

第三课 啥都别准备，啥也都要准备——做快消品文案需要做哪些准备

#### 李浪的文案课

##### 作者简介

第一课 你是谁？

第二课 出发前的准备

第三课 旅行路上的规则

第四课 不可错过的时机

#### 阿三的文案课

##### 作者简介

第一课 热身

第二课 三字经之一：缺

第三课 三字经之二：活

第四课 三字经之三：真

#### 刘静锋梁佐林的文案课

##### 作者简介

第一课 文案的良好品质

第二课 文案创作的乐趣

第三课 文案的基本技法

第四课 如何服务本土客户

#### 风正一帆的文案课

##### 作者简介

第一课 世界这么乱，理想给谁看？

第二课 向左还是向右，不如向前

第三课 对的方向只有一个，好的道路却有许多

第四课 如何训练自己

#### 高扬的文案课

##### 作者简介

第一课 最重要的是，知道现在最重要的是什么

第二课 然后我们来谈谈文案的事情(一)

第三课 然后我们来谈谈文案的事情(二)

第四课 然后我们来谈谈文案的事情(三)

#### 乐剑锋的文案课

##### 作者简介

第一课 多么痛的领悟

第二课 杂牌文案，创意为尊

第三课 广告，是一门古老的手艺

第四课 没人愿意教你的四个基本动作

#### 王小塞的文案课

## <<金牌文案>>

### 作者简介

第一课 埋头于文案，而不知文案是何物

第二课 不怕犯错误就怕不总结(一)

第三课 不怕犯错误就怕不总结(二)

第四课 成为金牌文案的22条秘诀

### 陈格雷的文案课

#### 作者简介

第一课 给新人及文案的建议(一)

第二课 给新人及文案的建议(二)

第三课 给新人及文案的建议(三)

第四课 给新人及文案的建议(四)

### 邓斌的文案课

#### 作者简介

第一课 文案的第三条腿——刀一样锋利的概念，才能切中人心

第二课 文案的第二条腿——狗咬人不是新闻，人咬狗才叫创意

第三课 文案的第一条腿——让文字充满戏剧性，语不惊人死不休

### 黄燕东的文案课

#### 作者简介

第一课 我的文案人生感慨

第二课 我心目中金牌文案的标准

第三课 如何成为金牌文案

第四课 在广告中文案如何发挥出最大的价值？

### 陈国辉的文案课

#### 作者简介

仅此一课 广告文案十大秘诀

## &lt;&lt;金牌文案&gt;&gt;

## 章节摘录

版权页：插图：要有“邪念”写得好，你只是一个初级文案；想得好，你还是一个初级文案；写得好、有想法，你才是一个高级文案；如果你写得好、有想法，并且是一个有“邪念”的文案，你将是一个很棒的文案。

但这就够了 吗？

这还不够！

如果你同时还是一个正直的人，你将会成为一个有远见的伟大文案。

谨记这一条：做一个有“邪念”的正直文案，会让你的路走得更远。

培养与众不同的爱好 通常别人会问你，你的职业是什么？

你会怎么回答？

文案，写字的，摄影爱好者，造梦者，奸商的同党，乙方，歌手。

其实，你会发现，文案并不是你生命的全部，你会做更多你引以为傲的事情，这是好事。

如果哪天，你发现，你只会写文案，这反倒让我觉得有些悲哀，因为我觉得，只会写文案的文案，在现在这个时代，肯定跟不上时代的发展（这并非官话），直接点说，就是满足不了客户的血盆大口。

善待灵感 灵感是什么？

没有人给你一个明确的定义，它是一种飘忽不定的假象，里面充斥着某种激素，足以让你忘掉这世界上的一切烦恼，它不在法则里，也不在你设计的路线里，遇见是必然的，但相遇又是偶然的。

它小到无法捉摸，大到足以颠覆世界。

来时不一定有风，来过以后，一定天翻地覆。

没有形，但不代表没有分量，恰恰相反，你不能无视它的存在，而应该珍惜它，甚至每时每刻想着它，如同恋人一般，用心灵去感应它。

在你想要它出现的时候，它一定会出来跟你打个照面的。

作为以创意之名，行走江湖的文案，你最好随身准备一个本子，姑且算做是灵感记录手册。

它将记录下每一个激动人心的时刻。

你要懂得收集和分类，哪些是有益的，哪些是对的，哪些是真正史无前例的，然后，你要用执行力，验证它超乎寻常的魔力。

灵感来自哪里？

生活的每一处，书本上，电影里，甚至路边的一处垃圾场，尘土飞扬的工地。

灵感在你的头顶飘忽不定，飘在外面的灵感，就像无家可归的弃儿，身份卑微，当你拥有并培育了它，它才会身价飙升，甚至一夜倾城。

真诚 真诚比秘籍实用。

这里不是教科书，如果你只是为了应试教育，考高分，看这些文字对你无益。

这里只是经验之谈。

既然是经验之谈，就不能套用在任何个体身上，因为没有一个个体是相同的，尤其是在广告这个行业。

## <<金牌文案>>

### 编辑推荐

《金牌文案:学校不教的四十三堂文案课》尤其适合文案人作为案头必备之物。

何谓好文案？

将创意与市场结合起来达到极致完美的境界。

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>