

<<广告策划实务与文案撰写>>

图书基本信息

书名：<<广告策划实务与文案撰写>>

13位ISBN编号：9787801976727

10位ISBN编号：780197672X

出版时间：2007-5

出版时间：企业管理

作者：王亚卓

页数：312

字数：300000

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>

<<广告策划实务与文案撰写>>

内容概要

本书通过十章内容的介绍，结合我国传媒广告的特点，突破了传统广告书籍的编写方式，从广告而入，由广告而出。

每章的章名援引自耳熟能详的经典广告标语，生动形象地讲解了广告策划和文案撰写的有效手法：传统的、新兴的；本土的、海外的；朴实的、异端的，不一而同，更具选择性和可读性。

本书更将广告人的学习作为一个体系，从感性和理性两个方面入手分析，剖析广告人职业追求的独特动因，循循善诱，带你走进一个绚烂多姿的广告世界，相信你必定会有非同一般的广告感悟。

<<广告策划实务与文案撰写>>

书籍目录

第一篇 广告策划实务	第1章 服从你的渴望——活跃思维，让灵感迸发	1.1 有梦想的地方，我与你同在	1.2 你的渴望，你的追求	1.3 原来我们可以离梦想更近些	1.4 专业必需，武装自己	1.5 平凡与独特的结合	第2章 我们领先，他人效仿——广告创意手法	2.1 学会用你的触角	2.2 运用方法，扬长避短	2.2.1 广告创意的过程	2.2.2 广告创意的思维方法	2.2.3 广告创意的有效手段	2.2.4 广告创意的注意内容	2.3 创造思维，探索不断	2.4 寻找火山爆发口	2.5 推陈出新，不拘一格	2.6 判断力与灵活性的完美结合	2.7 时尚中的兴奋点与广告	2.8 多变的写作风格	2.9 我们的工作是为了宣传和销售	2.10 效仿他人又何妨	经典重温：全球得奖广告的12项广告创作法则	第3章 使不可能变为可能——市场认识与产品定位	3.1 客户意向：策划立足的前提	3.2 产品定位：合理策划切入点	3.2.1 如何了解产品	3.2.2 良好把握产品的有效特点	3.3 市场形势：创意“枪毙”与否的审验官	3.3.1 细分市场的有效价值	3.3.2 我们可以这样利用市场	3.4 竞争对手：做好同台竞技的准备	3.4.1 研究竞争对手，抓住两个关键	3.4.2 巧避锋芒，四两拨千斤	3.5 消费者需求：“上帝”至上说	3.5.1 攀登马斯洛的需求层次阶梯	3.5.2 消费者的喜好，你成功的方向	3.6 广告诉求：打动人心的方式分析	3.6.1 唤起心底欲望的魔力	3.6.2 切实可行的人类基本诉求样板	第4章 没有做不了的小生意，没有解决不了的大问题——广告战略策划	4.1 挑战之一：一个“准”字有多难	4.1.1 对广告战略的基本认识	4.1.2 广告战略目标定位分析	4.1.3 产品或外在形象战略定位的选择	4.1.4 战略实施过程中具体应对手法	4.2 挑战之二：推广渠道怎权衡	4.2.1 媒体战略的相关知识	4.2.2 媒体推介相关概念及其运用	4.3 挑战之三：你的“花费”合理吗	4.3.1 广告预算的内容	4.3.2 降低成本，合理开支	第5章 光临风韵之境——广告策划书撰写	5.1 好想法，好策划	5.1.1 广告策划书的内容	5.1.2 广告策划书的类别	5.1.3 广告策划书的编制原则	5.1.4 广告策划书的编制格式	5.2 重温经典，风韵犹存——NIKE运动服饰广告策划书	第二篇 广告文案撰写	第6章 让我们做得更好——文案的内容	第7章 智慧演绎，无处不在——媒介不同的文案	第8章 感受新境界——文案创作的技巧	第9章 对我而言，过去平淡无奇；而未来，却是绚烂缤纷——完善极致	第10章 我们集大成，你超越自我——经典文案回顾
------------	------------------------	------------------	---------------	------------------	---------------	--------------	-----------------------	-------------	---------------	---------------	-----------------	-----------------	-----------------	---------------	-------------	---------------	------------------	----------------	-------------	-------------------	--------------	-----------------------	-------------------------	------------------	------------------	--------------	-------------------	-----------------------	-----------------	------------------	--------------------	---------------------	------------------	-------------------	--------------------	---------------------	--------------------	-----------------	---------------------	----------------------------------	--------------------	------------------	------------------	----------------------	---------------------	------------------	-----------------	--------------------	--------------------	---------------	-----------------	---------------------	-------------	----------------	----------------	------------------	------------------	------------------------------	------------	--------------------	------------------------	--------------------	----------------------------------	--------------------------

<<广告策划实务与文案撰写>>

编辑推荐

快速成为杰出广告人的三大秘诀： 大道至简：理解广告本源，有效组合 不战而胜：找准
广告定位，有效诉求 上兵伐谋：撰写贴切文案，有效推介

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>