

《广告语创意与表现技巧》

图书基本信息

书名：《广告语创意与表现技巧》

13位ISBN编号：9787542905444

10位ISBN编号：7542905449

出版时间：1998-05

出版社：立信会计出版社

作者：储佩成

页数：342

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

书籍目录

第一章 广告与广告学知识

第一节 广告缘起与发展

第二节 广告要素、分类与作用

第三节 广告学与其他学科

第二章 广告文稿创作要旨

第一节 广告文概述

第二节 广告标题的创作

第三节 广告正文的创作

第三章 广告语的基本知识

第一节 广告语的涵义、历史和魅力

第二节 广告语的内容、特点和地位

第四章 广告语类别与形式

第一节 广告语分类

第二节 广告语常见形式

第五章 广告语的人文氛围

第一节 广告语的文化意蕴

第二节 营造广告语的人文氛围

第六章 广告语创意要旨

第一节 广告语创意内涵与特点

第二节 广告语创意的运作

第七章 广告语的语言文字

第一节 广告语的语言艺术

第二节 广告语对词与句子的要求

第八章 广告语与品牌战略

第一节 实施品牌战略需要广告语

第二节 强化广告语创作中的品牌意识

第九章 广告语与公共关系

第一节 公共关系对广告语创意的作用

第二节 商业性广告语与公共关系广告语

第三节 公益广告语创作

第十章 广告语的心理探幽

第一节 广告语接受心理

第二节 广告语成功的基础

第十一章 广告语的美学艺术

第一节 广告语的美学意蕴

第二节 广告语的形式美法则

第三节 广告语的真善美

第十二章 广告语的表现技巧

第一节 广告语要重视表现技巧

第二节 广告语的表现技巧举凡

第十三章 广告语的特殊体式

第一节 楹联体广告语

第二节 诗歌体广告语

第三节 广告歌词

第十四章 广告语的征集与评选

第一节 广告语的征集

第二节 广告语的评选

第三节 广告语征评中的不良倾向

第十五章 中外广告语欣赏

第一节 广告语欣赏的特点与过程

第二节 赏心说目的古今中外广告语

第十六章 造就广告语的专家队伍

第一节 造就广告语创作队伍

第二节 造就广告语的研究队伍

后记

《广告语创意与表现技巧》

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：www.tushu000.com