第一图书网, tushu007.com

<<广告标题创作与赏析>>

图书基本信息

书名：<<广告标题创作与赏析>>

13位ISBN编号：9787802117440

10位ISBN编号：7802117445

出版时间：2008-10

出版时间：中央编译出版社

作者：张秀贤

页数：616

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

第一图书网, tushu007.com

<<广告标题创作与赏析>>

内容概要

本书上篇在总结前人经验的基础上，结合作者的体会，提炼出了69种广告标题创作的方法，其中有些是作者首次提出的。
同时，该书还指出了广告创作的十种误区，认识和防止这些创作中的『误区』，有助于创作出更有效的广告标题。
在本书下篇，作者从8万多条广告标题中精选了1万多条。
如果你能逐个分析这些标题，提出自己的见解，那么你就找到了进入广告公司大门的钥匙了。

第一图书网, tushu007.com

<<广告标题创作与赏析>>

书籍目录

上篇　广告标题创作方法　第一章　广告标题创作总说　　一、广告标题（Headline）概论　　二、广告标题创作原则　　三、广告大师论标题创作　　四、广告（标题）创作的管理　第二章69种广告标题及创作方法　　一、新闻广告标题　　二、承诺广告标题　　三、疑问广告标题　　四、夸耀广告标题　　五、劝导广告标题　　六、比喻广告标题　　七、拟人广告标题　　八、幽默广告标题　　九、巧用成语广告标题　　十、反复广告标题　　十一、数字精确化广告标题　　十二、双关语广告标题　　十三、历史悠久广告标题　　十四、证言广告标题　　十五、定位高贵广告标题　　十六、悬念广告标题　　十七、比较广告标题　　十八、情感广告标题　　十九、诱惑广告标题　　二十、省略广告标题　　二十一、假贬真褒广告标题　　二十二、祝愿广告标题　　二十三、故事广告标题　　二十四、对偶广告标题　　二十五、含有名称广告标题　　二十六、竞争广告标题　　二十七、市场定位广告标题　　二十八、典型特征诉求广告标题　　二十九、现场表演广告标题　　三十、系列广告标题　　三十一、活动式广告标题　　三十二、公关广告标题　　三十三、巧用品牌名称广告标题　　三十四、巧用典故广告标题　　三十五、藏头诗广告标题　　三十六、强调服务广告标题　　三十七、说理广告标题　　三十八、巧用名诗广告标题　　三十九、强调产地广告标题　　四十、恭维顾客广告标题　　四十一、开创者广告标题　　四十二、解决消费者问题广告标题　　四十三、“最”字广告标题　　四十四、否定广告标题　　四十五、曲艺广告标题　　四十六、改变消费者观念的标题　　四十七、创意新颖突出的广告标题　　四十八、恐惧广告标题　　四十九、荒诞广告标题　　五十、逆向思维的广告标题　　五十一、文字创意广告标题　　五十二、文字形式广告标题　　五十三、广播广告语　　五十四、最短广告标题　　五十五、排比广告标题　　五十六、顶真广告标题　　……下篇　广告妙语10000条

第一图书网, tushu007.com

章节摘录

插图：上篇　广告标题创作方法第一章　广告标题创作总说一、广告标题（Headline）概论广告标题的概念、结构是怎样的？
它的价值、创作程序和评估标准有哪些？
1.广告标题的概念广告标题也称广告语，它是揭示和概括广告主题的语句。
一则广告有其关键的目标和重要的意思，这就是广告主题。
广告的主题必须通过广告文案（标题和正文）表现出来。
标题是广告主题的简明概括。
广告标题一般由引题、正题和副题组成。
正题是标题最主要最关肄的构成部分。
本书的“妙语金句”就主要是指正题。
有些时候，也包括引题、副题等。

第一图书网, tushu007.com

编辑推荐

《广告标题创作与赏析(第5版)》由中央编译出版社出版。

第一图书网, tushu007.com

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