

名师指导：“广告文案写作”学习指南自考 PDF 转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/532/2021_2022__E5_90_8D_E5_B8_88_E6_8C_87_E5_c67_532723.htm 北京工商大学讲师 刘红菊 《广告文案写作》这门课程是北京市广告学专业专科段的一门必考课程。培养广告专业的学生具备高水平的，专业化的撰写广告文案的技巧技能，又是广告专业培养的重点，因此这门课是一门很重要专业基础课。这门课程不仅需要学生掌握一定的撰写广告文案的基础理论，更需要学生会运用所学到的理论知识，较熟练地撰写一份广告文案。因此学习《广告文案写作》，既需要学习理论，更要在动手写作方面下功夫。目的是通过基本理论的阐述和典型范例的分析，使学生具备广告文案写作能力和本专业领域内基本的分析、判断能力。我们首先掌握《广告文案写作》的总体脉络：这本书内容由三部分组成：第一部分为广告文案的概述（包括第 1 章到第 2 章），基本观念、文案源流、文案撰稿人的素质与思维方式，这部分内容理论较多，需要记忆的内容也比较多。第二部分为广告文案的思考框架，包括第 3 章到第 4 章。内容有文案写作的策略思考、文案如何配合创意、文案的诉求、文案的感性和理性手法；这部分内容需要学生在记忆的基础上多加理解。第三部分为广告文案的写作方法，包括第 5 章到第 6 章，内容有文案各组成部分的写作、不同媒体文案的写作、不同产品文案的写作，掌握这部分内容需要在学习到的广告文案的基础理论指导下，进行广告文案的写作。根据以上情况，我们建议学生学习时应该从三方面着手，细化知识点，做到理论联系实例，通过理论知识强化素质，通过实例拓展

视野、创新思维。在学习本书时首先一定要把理论内容、名词解释牢记，广告文案写作要求有很强的广告专业知识累积，广告文案人员的素质除了创造力外还要夯实理论基础！本书中名词解释较少，但在试卷中占有一席之地（四个名词解释共20分）。所以把本书中为数不多的名词解释识记，我们就拥有了卷面20%的分数。名词解释特征明显，一般是每个章节中的核心词汇，数量也不是很多。学生在学习掌握名词解释题时，首先要把信息分解，把拥有几句话的段落内容按意思拆分，一层一层地并字斟句酌深入理解；然后再整合信息，完整记忆。（举个例子）其次，本书中简答题形式的知识点较多，并且简答题是我们深入理解理论内容，并指导写作的标准，同时也是自考考试中高分值题型。在识记该项内容时，首先应该反复阅读，搞清层次，对每个要点深入分析推敲，同时要思考每个要点之间的联系，在简答形式的知识点当中，每个要点即是独立存在又与其他要点相辅相成，有着内在联系的。所以我们要把这种联系巧妙的转化为我们识记要点内容的提示。即当我们记完第一个要点时，要找到该要点与其他要点的联系，在背诵下一个要点时可以通过上一个要点的内容得到提示。并且我们在考试中比较头痛的多选题往往也是简答形式的知识点转变的；并且主观论述题答题也是以各个知识点做支撑的。（举一个例子）（论述题如何回答）学以致用，学习《广告文案写作》最根本的目的是能够写出专业化的具有优秀特质的文案来，每次考试试卷一般都有文案写作题（广告文案分析题），要求考生考生根据试卷提出的具体情境写作一个广告文案。要写好一个广告文案，首先我们要具备分析、判断、鉴别广告文案作品的能力，

知道好文案的标准，了解好作品的特性。所以日常我们要搜集鉴赏大量作品，并用所学理论知识去评判分析，并有心得。（如何写作这类题）在自考考试中主观论述题是很重要的，这就要靠学生平时对于广告作品的分析能力，对广告体系的认知程度。所以，识记理论内容，扎实基本功是基础，但又不能纸上谈兵，要多看多想多记，这样理论与实践才能相辅相成，互相提升，良性循环！学好这本书，首先要把理论定义搞清楚，具备扎实的基本素质，其次要大量搜集吸收广告作品，揣摩好作品的特点、精华之处；然后融会贯通，多写多做，才能逐步提高水平。“学而时习之，不亦说乎”？百考试题收集 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com