# 实习报告--广告专业

来源：网络 作者：紫云轻舞 更新时间：2024-08-13

*实习报告--广告专业实习报告--广告专业这是我实习期间对于广告的一些琐碎思考，在这里记录下来，以期看到自己的进步，在广告创意，人文素质等方面。广告并不是一个容易的行业，其实广告人是孤独而被遗忘的。在针对哈佛大学生所做的实验录像带中我们可以发...*

实习报告--广告专业

实习报告--广告专业

这是我实习期间对于广告的一些琐碎思考，在这里记录下来，以期看到自己的进步，在广告创意，人文素质等方面。广告并不是一个容易的行业，其实广告人是孤独而被遗忘的。

在针对哈佛大学生所做的实验录像带中我们可以发现，其实我们所做的广告，有75的人是忽略的，所以如何运用技巧唤醒人们对广告的注意，是广告人必须要注意的。广告有基本必须的元素1.由美术构成并且有一定的水准。

2.文字方面朗朗上口，简洁有利。3.必须要能表达出来，并在恰好的时间点上。

4.AD要做一个最好的salesman，AD绝对不是一个艺术，它是一门生意，只是用比较美术的方式呈现。而这其中也包含了：要有策略；要有系统结构：要有风格。

而这也是令广告人最兴奋的地方。像NIKE的风格相当强烈而吸引人；目前手机广告风格只能说是一个简单的销售讯息。

可口可乐案例1.可口可乐在1960年该做的广告都做了，然后开始进行推广通路:如何让每一个地方，想喝可乐时就有可乐喝。2.可口可乐根据不同的渠道去调整配送方法。

当渠道都有了，该如何去做和消费者有意义的相关广告活动或节目。像是在圣诞节时，可口可乐把圣诞老公公的衣服从原来的黄色，转变成大家熟悉的红色，这才是品牌创意在生活上所带来的意义。

之前奥美作飞利浦刮胡刀的广告，便将刮胡刀和父亲节联想在一起，以至于现在的父亲节便和刮胡刀结合在一起。所以作广告时，不是在说明其产品的特性，而是在做一个策略，并赋予一个style，也就是品牌在生活上的感觉。

1.最重要的是获得注意。否则，75的广告没有人会去注意。

而且，这也是广告最原始的意义。2.邀请阅听人进入广告世界。

在现今多媒体发达，网络发展快速，需要更多手法。例如送赠品等。

3.要有结构内容，否则无法成立。投入广告，它所带来的超乎你的想象。

广告并非独立于创意边缘，它是客户重要的行销伙伴。广告在为一个目的工作，讯息要引人入胜，内容要可信。

当然，品牌为基本考量。75的哈佛学生没注意，在一般人也许高达90所以我们要如何能beoutstanding。

广告的目标1.消费者:解决消费者问题2.产品本身:消费者记的是消费经验，使用的好处和坏处，它是否改变了生活的某部分。3.竞争对手:在市场上的同类竞争。

要多和消费者沟通和调查，了解市场状况，广告是个问题产业，要解决问题建知名度、个性、价格、通路…等。人是广告最重要的因素，分析问题、原因，针对问题并且响应，要做一个广告。

广告要说服谁(目标消费群)，产品将给你什幺好处，赋予style，而作广告，最难的便是赋予brandstyle。在广告影片中我们发现，杀虫剂广告都有小孩在旁边以显示产品的安全性，而在卫生纸广告方面，则以小狗的形象讨好观众。

而日本帮提卫生纸广告则是以一个男人为主轴，在妻子离开身边后的七支一系列广告，说卫生纸和男人间细腻的关系，显示商品特色，一方面也增加使用时机及用量等。如何让商品有感情的呈现是相当重要的，这来自于如何找到和消费者相关的地方。

在KGI银行的广告里，我们看到了不同以往的表现风貌。泰国广告多专业，其创意也较受肯定，亚洲广告就属新加坡及泰国最具潜力，天真、幽默而且毫无禁忌。

相较之下，大陆的广告则受到许多限制，担心及顾忌太多，不该用现在的观念，去限制广告未来的发展。广告是在反映人生，而许多不可能的现象，在以后回头来看，都是非常巧妙创意。

一个好的创意去激发人对环境的热情与幽默，一个产品所带来的广告，绝对超越你的想象。在国外作公益广告是要强调效果的，要让更多人拿出钱来支持此公益事业，这才是重要的。

因此主讲人表示，它不愿在大陆作公益广告，因为有太多道德观的束缚若是在表现创意，或是达不到真正实质的广告效益，则浪费了纳税人做公益广告的钱。作一个广告最基本的是知道它的目的是什幺，不是让自己的公司出名，这是最后的步骤。

更重要的是把商品卖掉，要做一个专业的广告人，要寻找的应该是这个东西。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找