# 最新广告实训报告(五篇)

来源：网络 作者：风月无边 更新时间：2024-08-23

*随着社会一步步向前发展，报告不再是罕见的东西，多数报告都是在事情做完或发生后撰写的。那么，报告到底怎么写才合适呢？下面是小编为大家带来的报告优秀范文，希望大家可以喜欢。广告实训报告篇一20xx年2月—6月，我在广州xx广告公司进行了为期xx...*

随着社会一步步向前发展，报告不再是罕见的东西，多数报告都是在事情做完或发生后撰写的。那么，报告到底怎么写才合适呢？下面是小编为大家带来的报告优秀范文，希望大家可以喜欢。

**广告实训报告篇一**

20xx年2月—6月，我在广州xx广告公司进行了为期xxxx月的广告实习活动，任职广告文案，期间间或负责部分ae工作。

在广州林立的众多国际的，本土的，4a的，非4a的，广告公司中，xx广告（现更名为xx广告公司）属于的典型本土小公司：小规模、业务少。从我2月中旬应聘进入公司至离开，公司员工稳定在3xxxx以内，分为两个客服小组：地产组和综合组；同时服务的广告客户不超过xxxx，其中稳定的长期客户也只有xxxx。固然如此，据我所知公司效益良好，处于稳步上升时期。

公司位于广州东风东路，紧邻省广、白马、喜马拉雅等大中型广告公司。公司内部设置大约也和其他同级公司相似：老板即公司总经理，分别带领两个小组；各组下设策略总监、客户总监，高级文案、文案，美指、设计，ae，以及另外单独有一个媒介小组，负责这两组的媒介投放。

因为公司规模不大，内部员工可以灵活的交叉运作，我也得以参与了数个客户的文案、创意、客服等方面的开发和交流，获得很多难得的学习和锻炼的机会。以下是我参与的几个主要客户的服务状况。

1、新燕花园比稿风波

新燕花园是公司的长期稳定客户（收取月费）――燕塘地产旗下一处住宅楼盘。我进入公司时，客户正要求进入广州日报的新一轮广告投放，以适应\"五一\"期间的开盘促销活动。目的明确（开盘促销），投放费用有限（10xxxx以内），时机有限（两个月内的xxxx周三及周五），于是两个小组的多半人马出动，开动脑会议，媒介计划迅速确定，出稿日期、主题、进度等已明确在工作单上。剩下的是各人各司其职，迅速拿出方案，因为这个客户非常能\"挑\"，我们一定要提早拿出数套稿子。

围绕着\"天河北·纯生活\"的主题，针对中等购买力的燕塘片区原著居民和天河区年轻外地购房白领，我们组xxxx文案，被要求尽可能多的拿出各自的方案。因为我完全算菜鸟，对广州地产运作压根不熟悉，可以说连地产广告案例都没怎么接触过，怎么办？我赶紧从公司图书室借了几本地产广告集锦，借了剪报，趁周末自己搭公车去看盘。临时抱佛脚，总算有一点感性认识了吧。

周一早晨的例会上，我也拿出了自己写的两套完整的文案：标题，内文，图片的感觉。具体的我忘记了。只记得当时心里实际上非常忐忑不安，但是一群人包括总监只是听取了，问了一些问题，也并没有责备什么。实际上开会很开心，大家相互问问题、相互启发，气氛很好，思维既紧张活跃，不时有些很精彩的点子闪现。

所谓的\"比稿\"，实际是我们公司内部出的两套方案之间的比试。\"插画稿\"是我们一位很棒的美指手绘的，以独特的画面感和\"童年往事\"般的回忆的大院生活氛围为画面特质，标题和文案我们打磨了很久才配合起来。\"傍大款稿\"是我们的戏称，因为稿子里的图片全部采用的是图库里的国外生活场景，同样表现舒缓、温情、宁静的生活氛围，也符合了目标人群的生活期待心理。

我们内部主要挑选了这两套稿送给客户挑选，虽然我们认为明显的是第一套稿较为合适，更容易在地产广告铺天盖地的广日\"跳\"出来。结果却是，客户选择了第二套，原因很简单，插画稿的风险太大了。

在学校的时候通常我们会被告诉说，此时应该力争说服客户，以事实和数据。但是当该行为的结果还无法呈现出来的时候，过往的任何事实都不会百分百地使客户信服；商业社会，市场效果决定一切，而客户拥有最终拍板权，如果客户个人性格比较保守一点的话，我们只能选择那个最安全的。这次内部的\"比稿\"，使我认识到在真正的广告运作当中，很多不可控因素使真正出现在受众面前的广告，并不是最适合传播的，最切中消费心理的，或者说并不是相对杰出的那则广告。

针对这个客户，我们采用了广日和南都的不同版面的报广，软文，dm，pop，单张等等广告造势形式。其中，我的挫折感最强的是软文的撰写：以记者的口吻，不露痕迹的，抓紧消费者的关注点，进行广告推广。我认为在这方面应多加练习。在服务后期我负责了一本dm手册――\"纯生活手册\"的全程策划、设计与推出，是为客户整个地产公司的企业形象做的一本生活指南，其中以多种形式渗入了客户的形象宣传。

2、竹韵山庄放弃的美德

竹韵山庄与新燕花园不同，是一个主打\"竹文化\"，地理位置较偏但注重生态环境与文化意味，建筑格调和价位较高的楼盘。

同样是为其进行报广、dm手册的服务，我感受最深的却是客户强烈的自我感觉，对广告投放的决定性影响。我并没有抱怨，客户从其自身利益相关的角度出发时候，有时反而很简单直接的修正了我们某些时候卖弄创意，炫耀文字的误区。只是觉得，广告不是我们最初想象的那么单纯的一件事情了。它是沟通，讲究沟通力，在这场磨合当中，客户的意见与消费者的反馈一样对于一个广告公司至关重要。在这里，放弃似乎是进取的一种表现形式。

3、颐高数码广场营销>广告

五一假期我们一直为这个客户加班。

**广告实训报告篇二**

我在烟台百乐广告公司实习，在来这一个多月的工夫里，我对各种广告标志牌的制作以及材料的选择，图像的制作，文字的美化等有了很深的了解。通过这一个月的学习，虽然不是自己的相关专业，但也学习了不少其他领域的知识和初入社会工作的经验。下面是我实习的主要内容：

我们所说的标牌是指为视觉效果而标示的标牌。在概念上应称为板式标牌（signboard）。因人们把板式标牌称为标牌的形态。所以后来通过东方和西方的交流，逐渐拥有了真正标牌的名词性意义。

标牌大致上分为形态与材料表现方式、使用目的等三类。

1、 形态分类：形态分类是分类标牌的首选项，其原因是因为它的区别最明显。形态分类也可分为以下五大类。

1） 横式标牌：整个比例横长比较长，一般整面都被利用为广告标牌，一般在小店铺和大建筑的墙面上可以看到。

2） 竖形标牌：整个比例竖长比较长，一般整面都被利用为广告标牌。

3） 突形标牌：在建筑物的墙面上突出，除了背面以外的整面或有两侧墙面的情况下两侧都被利用为广告载体的标牌。

4） 地柱形标牌：标记在地面的某些固定构造物上的横形、竖形、立体形的标牌。

5） 屋顶式标牌：指在某些建筑物的屋顶上设置一些固定构造物，并在上面挂着或贴着的板形或立方形或幻灯形的标牌。

第一：标牌具有标记（sign）的功能，标牌主要是通过视觉来表现它的作用的，比如，文字传达，记号是具有象征性、方向性、暗示性等等的功能。文字样式可以表现出性格、背景。形态与记号一同表现出象征性与构造性意义。

第二：标牌是一种信息传达媒体，它具有广告（advertisement）的功能。

第三：标牌执行着产业性的功能与作用，在今日的高科技现代自动化社会当中，随着社会建设的需求，标牌制造业将会拥有自己的地位。更加规模化的标牌基本上满足了今日的高科技现代自动化社会的所有需求。所以我们不能将标牌制造业称为简单的劳动业。

所谓的材料是指做标牌的主材料。在各种材料被混合的基础上，主要指表现文字和在表面上比较突出的部分的材料。

1） 光滑标牌：画面或板面有油性，非常光滑的标牌。

2） 夜光材料（氖）标牌：用夜光材料（氖）做为标牌的板面或文字的主材料的标牌（即我们通常说的霓红灯）。

3） 丙稀酸质标牌（亚克力）：用丙稀酸质材料做板面主材料的标牌。

4） 金属标牌：在没有特别指定板面的情况下，用金属做为标牌的板面或文字的主材料的标牌。

5） 电光板：用发光二极管或夜光管实现出单色或彩色的表现效果的标牌。以发光二极管和表现方式，可分为夜光电光板、lcd、led、crt、fdt等五大种类。

标牌在六大原则上并存着什么时候？什么地点？什么目的？等等的理由。

1） 什么时候？

a， 照明标牌 为了昼夜的使用，在标牌的内部安装夜光管或在内部安装投光仪或在标牌的外部安装照明灯等等的标牌。

b， 无照明标牌：没有昼夜分别使用的单独目的，没有任何照明设施的标牌。

2） 什么地点？

a， 室内标牌 设在室内的标牌，如方向箭头标牌、室内接待标牌等等。

b， 室外标牌： 设在非室内所有空间的标牌。

3） 什么目的？

a) 商业标牌 一般指为了达到商业目的而设立的标牌。

b) 公共标牌 设在公共场所，为给公众宣布消息或用来公布某些信息的标牌。

c) 其他标牌：上述的标牌都可视为有固定作用的分类，其实另外还有为这类标牌做辅助作用的广告物。这些广告物就是不包括“板”类中的材料。

1） 边框标牌：一般以“janner”的名词被统称。主要用于文字的表现。一般用铜板或其他金属板做为文字的边框，依据边框的方向可分为前边框和后边框。

2） 自制边框 与边框标牌相似，也是主要用于文字表现的一种标牌。一般的制作方法为：先在厚胶板上贴上板，再用回转锯刻制而成。

3） 木制标牌 在方形木板或圆形木板上用涂料画或用尖刀刻出图案，再用颜料在刻出来的图案上染色。

4） 张贴标牌：在光木或合成纤维板上贴上印刷物，表现文字或图案的标牌。

5） 薄片标牌 是一种广泛利用于广告用色彩表现材料。因pvc（聚氯乙稀）拥有可粘贴的性质，可以利用它充分表现出广告标牌的特性。但只能被利用于像金属板、磨沙玻璃板等等表面粗糙的板面。

一般是指 用回转锯或垂直锯从胶板或铜板或其他板块上刻出文字或图案的手段。80年代中期，橡胶板材贴丙稀酸的板材（亚克力）是当时典型的材料。但如今已发展到了金属板、铜板、铝板等材料。为了表现出小文字的立体感，已应用到丙稀酸（亚克力）材料方面。虽然刻制的标牌没有具备本体发光或字体照明的这一点，但它可以独自表现出文字内容。

橡胶刻制标牌

铜板刻制标牌

丙稀酸性板材（亚克力）刻制标牌

a） 主材料

刻制标牌的主材料有：橡胶板、铜板、木板，凡是可以用锯锯断的板材都可以作为刻制标牌的主材料。

——铝制板材

——avs板

——橡胶板

——纯铜

——丙稀酸制板材（亚克力）

b） 制作工艺

a． 手工方法：在板材上贴用电脑或手工完成的图案。将已贴好图案的板材放到回转锯上，切割掉需要部分以外的部分。按照原稿的图案线，用回转锯锯掉。完成以上工作之后将贴在板材上的图案纸剥掉，并将板材的碎末扫掉。

b． 机械方法 将电脑完成的图案输入到数控雕刻机上。根据材料特点设定好刀深，转速，切割或雕刻出所需图形，然后再粘接或填色。

雕刻技术在我国历史上早已有之，而且经过千百年的发展已达到非常高的水平，其中的艺术水平和雕刻技术早已成为中华民族的瑰宝被广泛应用于社会的各个领域。但随着社会的飞速发展，科技水平的不断提高和材料种类的不断增加，手工雕刻已不能满足社会的发展需要，主要表现以下三个方面：

一、 大量生产：

由于社会需求的增加，手工雕刻已不能满足批量的生产需要。

二、 高精度及产品的一致性：

手工生产毕竟精度有限且不能够保持产品的一致性，所以不能满足人们日益提高的使用要求。

三、 材料的适应性：

随着各种新型材料的不断出现，手工雕刻也不能适应各种新型材料的`要求，材料的特性不同，所要求的加工强度各异。当然这并不是说手工雕刻就会被社会淘汰。比如在一些特殊领域，手工雕刻还有着其不可取代的地位。

下面着重介绍现在市场上正在被广泛使用的雕刻工具—雕刻机。目前市场上雕刻机主要分为以下四类：

一、 数控三维模具雕刻机

这种雕刻机在市场上较为少见，目前只有在我国南方的一些大型加工中心才有使用。因为其价格昂贵，所以只被用来加工高精度产品的模具，如家电、玩具、礼品的注塑模具、冲压模具和军工产品。

二、 大功率激光雕刻机

这种雕刻机其特点是功率大（1700w—3000w）、精确度高（0.02mm）、加工面积大（1500\*3000mm）基于以上特点，此设备在广告制作领域有一定用武之地。如各种金属立体字制作、金属标识制作、各种金属板材镂空制作。

另外，它还可以加工一些特殊的工业零件，如微孔板、异型工件等。

三、 普通激光雕刻机

普通激光雕刻机是指激光功率在10—100w范围内的激光雕刻机。此种雕刻机的特点是既可以雕刻，也可以切割，并且可以根据不同材料及制作要求，雕刻出复杂的图案。由于加工精确度很高，所以可将不同颜色的板材分别进行阴刻和阳刻，然后进行镶嵌、粘接、叠加等手段制作出效果很好的标牌。它还可以轻松的在工件表面雕刻各种文字，这便给个性化礼品制作开辟了广阔的空间。由于价格适中，这类雕刻机目前已被广告制作业广泛使用。

四、 电脑雕刻机

电脑雕刻机是在原来手动雕刻机的基础上发展起来的。其主要特点是可换刀具，如平底刀、球刀、锥刀、v型刀、大头刀等，还可能根据自己需要自制刀具，所以大大提高加工的灵活性。电脑雕刻机主要被应用在模具制作方面，有效地提高了制作精度和效率，使广告制作业走出作坊时代，进入工业化生产时代。

**广告实训报告篇三**

实践是检验真理的唯一标准。想要成为一名合格的广告人，必须经过系统的理论学习 与长期的实践， 只有这样才能在行业中有一番作为， 才能摸索出一套属于自己的行之有效的 方法。作为一名应届毕业生，很容易犯纸上谈兵，眼高手低的错误，尤其在广告行业，实践 性非常强，如果没有虚心求教、认真思考、踏实做事的心态，很难真正学到东西，更不能灵 活地运用。我在这次广告公司的实习中收获颇多，现就本次实习的经历、内容、经验得失作 简单的总结。

1、认识广告公司的运作流程，各个部门的职能以及工作分配，对公司的管理方式做初 步的了解认识，为今后的择业方向做一个准备。

2、对企业、市场、消费者有一个新的、准确的认识，掌握新的学习方法。

3、对一些基本的办公、制作软件能较好的运用，对职场的礼仪、规则有一定的掌握。

4、从认识中树立自己的人生目标，为自己的职业道路作出规划。

20xx 年 3 月至 20xx 年 4 月 潍坊鼎盛信息广告公司

20xx年 3 月 16 日，我开始在~~广告公司进行为期一个月的实习。~~广告公司是一家小 型的设计、制作、策划为一体的广告公司，在该公司实习期间，我没有十分明确的分工，创 意、策划、设计、制作等都有一些涉及，同时还从事一些琐碎的日常事务。我比较喜欢这样 的安排，虽然有时会遇到很多困难，会感到疲惫和委屈，但这样可以更好地认识自己的优势 和不足，这一点是我认为很重要的。这期间公司的上司给了我很大的帮助和支持，前辈们认 真、严谨的从业风格，亲切友善态度，和谐友爱的工作氛围都给我留下很深的印象。

在实习开始阶段，我有一些很小的琐碎的事情去做，比如去撕那些弄好的字帖，刚开始 我觉得那是多么简单的工作，但真正做起来的时候却发现自己做得没想象中的完美和顺利， 还弄错了很多地方。所以，即使是这些看起来很容易，几乎不值一提的事情，也需要端正态 度，用心去做。除了这些看来小的事情，一些工作中小的技巧，小常识也需要虚心地学习， 认真的求教和积极的思考， 在这期间我真正体会到了自己的不足， 以及不耻下问到底是何种 精神。

到公司一段时间后， 上司给我安排了一个宣传画册策划案的文案工作。

他只给我大致说 明了一下项目的背景资料，便让我加入项目的文案工作，要求结合他原来写的初稿，在当天 中午前形成一份完整的策划案交给她。面对这么突然的工作，我一下子懵了。虽然之前在学 校老师很详细地讲过关于文案的写作，但自己没有真正的实际操作过，觉得压力非常大，信 心不足，不敢放开手写东西。两个小时过去后，还是上司主动过来和我沟通，了解我的工作 进度情况，并询问了我有没有遇到困难。我觉得非常感动，并希望他能把工作要求再具体的 讲一下，因为自己不熟悉项目材料，没有一个清晰的思路。听完我的话之后，他便给我做了 一些指导，还将我刚写的东西做出了点评，指明了那些东西符合了要求，哪些显得多余，并 且还鼓励我放心大胆进行写作。面对上司的鼓励和信任，又明确了工作要求，回想着老师以 前讲的要求， 我突然觉得有了一些思路， 一阵窃喜， 马上投入了写作。

我当天连午饭都没吃， 在下午上班前终于把策划案赶出来了。上司看过之后，对我的工作表示了肯定（现在想来， 或许更多地只是为了鼓励我吧） ，我便觉深受鼓舞，心中又一阵窃喜。可是接下来这个方案 的修改，却让我真正认识到了广告文案工作的不易之处：方案前前后后改了 8 次，之后写的 推翻之前写的，删了又改，改了再改，原来的配图全部废弃，又得重新浏览无数个网页后搜 下上百张图，自行筛选，选完插入 ppt，足足折腾了七八天。看着最后的确定的方案，自己 只能苦笑，那些费劲心血却没被用上的的文字就付诸东流了，广告文案不容易啊！但是经过 这次宣传画册策划案的磨砺， 我开始对文案策划有了一定程度上的了解， 可以掌握基本的广 告文案写作要求，心里也慢慢地开始有点自信。

在上司的指导下， 我和公司小组的其他人还完成了一个房地产的广告牌制作， 包括雕刻、 喷漆等。其他的工作有很多配合别的项目做一些 ps 的图片处理，ppt 的制作演示，宣传册 的设计派发等，也从中积累了一些必要的技能和经验，认识了自己的不足。 四、实习总结与体会 实习期间，在专业知识、人际关系等方面我都学到了很多东西。

对行业方面认识方面，单从潍坊市范围来说，就目前情况，这一地区多为中小型公司， 公司规模小， 工作人员少， 而且各公司经营业务繁多。

一般都是公司规模越小， 业务越繁杂； 另外，广告方面的专业技能人才较少，一般都是通而不精，也很少发挥各自优势和主观能动 性。自己认为这很难适应飞速发展的社会，很难面对广告行业越来越激烈的竞争。在日后与 外界交流的不断深化中，可能会面对更为残酷激烈的竞争，所以可以适时地改变经营策略， 强化自身优势，找到并打造自己的特色是十分必要的。

专业知识方面,我认识到：第一，一份正式的策划案最基本的是要做到脉络清晰，精炼 简要，切不可长篇大论，繁冗复杂；此外，文案的排版要干净整齐，易于客户阅读，一切从 客户的角度考虑。第二，作为项目的策划人，特别是主策划人，对策划案必须要烂熟于心， 只有这样，在给客户述标的时候才能做到流利、专业，才能赢得客户信任。第三，活动类的 策划案， 在实际执行时， 要灵活变通， 不可过于拘泥于原策划案， 活动能顺利进行才是关键。

另外， 自己也深刻地感受到自己所学知识的有限以及专业技能素质的薄弱， 在面对一些工作 时，甚至无从下手，茫然不知所措。同时又有时会自以为是，拘泥于课本上的知识，不能灵 活地认识和处理现实的工作要求。这些都需要自己在以后的工作中虚心学习，认真思考，不 断地改进自己。再者，就是态度方面，事无巨细都应该认真对待，尤其对于新人来说，更应 该用心做事，积极思考，善于学习。不要怕犯错误，正确看待别人的褒贬，摆正心态，这方 面是我需要努力改善的。

人际关系方面，我觉得对我来说是一个有力的挑战，即使是一个小公司，也有自己的规 则，每个人都似乎形成了一个固定的角色。我觉得最好最先看清楚里面的规则，那些大家潜 意识里面认可的规则同样值得关注。如果冒犯了这些，很多事情会感到被动，即使自己积极 向上，热情无限，都会被泼一头冷水。学会了换位思考，摆正姿态，快速融入新环境，这也 很重要。自己社会经验尚浅，学生心理一下子还改不过来，处事还不够灵活，反应能力差， 需要努力。

通过尽一个月的实习，对不同类型广告公司的特点，基本信息、对不同人才的需求等， 有了更清楚的认识。同时，增加了自己对广告行业的认识，开阔了眼界。也能够更加明确自 己的优势和劣势，找到了自己的兴趣所在，对自己以后的发展方向有了基本的定位，会少一 些迷茫，多一些理智。有了目标，有了方向，不会像没有了导航的船只一样迷失自己。 实习的这段时间，见闻了许多做学生时未能见到的人和事，丰富了自己的人生阅历，也 改变了自己的一些想法。同时，也真真切切地接触到了社会，接触到了心中向往已久的广告 公司。更加渴望走到社会中去，走到实践中去。通过实践来锻炼、提高自己。所谓“人是社 会中的人”，如果脱离了社会，那么任何事物的价值恐怕就要重新估量。脱离了社会，脱离 了实践，任何理论都只是纸上谈兵，它们也就失去了本来的力量。 总之，这次实习收获颇多，认识了自己的优势和不足，为以后工作的选择做了铺垫，具 有重要的意义。

**广告实训报告篇四**

实习是每一个大学毕业生必须拥有的一段经历，它使我们在实践中了解社会、在实践中巩固知识；实习又是对每一位大学毕业生专业知识的一种检验，它让我们学到了很多在课堂上根本就不到的知识,既开阔了视野，又增长了见识，也是我们走向工作岗位的第一步。

今年寒假，我在自己家这边的广告公司里实习了两个星期，每年的人数日剧增加，就业与择业对大学生是一个巨大的挑战，也是一个很大的压力。

这次寒假实习，我把精力主要集中于与广告有关的工具软件上，因为在学校，老师不止一次对我们强调实践的重要性、强调技能的重要性。在当今社会形势下，学历并不能作为评价一个人的唯一标准，而当今社会更加注重人们的技能与能力。所以，我对photoshop、3dmax、adobe等系列软件有了一个初探，熟悉这些与广告制作有关的软件，亲自动手参与到公司的广告制作上，给了我很大的锻炼。同时，不光是学习制作，我还承担起了帮助公司给客户交送广告作品的任务，主要是一些平面广告作品，例如海报、横幅、大型背景、灯箱等等，与工人们一起组装大型的灯箱和广告牌。学到了学校不能给予的知识的同时，又增添了我的社会实践经验，这些都给予了我很大的帮助，为我今后步入社会增加了许多经验。

先从软件的学习上说起吧，我学习的重点软件是photoshop，因为广告公司里，许多广告平面设计和制作都是由photoshop来完成的，因此我首先熟悉了一下基本的操作，公司还派了韦师傅来教我，师傅一开始并没有带着我工作，而是叫我先在photoshop上制作一件作品，仗着以前学过一点专业知识，我按着师傅的要求，兴致勃勃的操作起来，一个小时过去了，我却发现连第一个要求都没达标，以前的知识在实践中却不那么好使，连连碰壁的我只好求教师傅，他对我说我：“很多大专甚至中专的学生都对photoshop了如指掌，比你们这些大学生强多了”，我很是惭愧，原来韦师傅就是大专毕业，这让我对大专的职业教育有了新的看法，也让我更加意识到现今社会竞争的激烈。后来，师傅手把手教我操作photoshop的技巧，不仅帮我复习了以往的知识，也让我学会了很多操作手法。班级学号姓名

接下来的几天，我在师傅身旁跟着他学习制作广告作品，每天一大早，师傅就拿着工作单查看今天的工作任务，在制作的过程中还不时的与客户保持电话联系，师傅和我说，制作一件广告平面作品，自己的创意和兴趣固然很重要，但是一定要在客户的指定范围内，切不可随心所欲的按自己的喜好来制作，一切要以客户的利益为准，“客户要我们怎么做，我们就怎么做”。不过在制作过程中还要随机应变，根据具体情况与客户协商作品的风格、样式、表现手法等，这是一整套看似简单，但操作起来复杂的工作流程。听了师傅的这番讲解，我初步了解了广告作品从设计到完成的一系列过程，也加深了对广告行业的认识，虽然只是一个小小的广告公司，却给我好好上了一课。

跟着师傅几天了，终于能让我自己独立练习了，先是模仿师傅以前的历史作品，然后是制作些简单的作品，例如铜牌、横幅、简单的海报，不过别看这些东西简单，其实制作都是有严格规定的，长、宽、高、规格、比例、字体等，一样都不得有偏差，这项任务既考验耐心又锻炼技术。实习的时间过得真的很快，转眼一个星期过去了，第二个星期的星期一，我终于可以正式为客户制作广告作品了，这让我激动不已。任务是：制作一张婚宴座次排放表，样式没有特别的要求，喜庆吉祥就行。于是，我上网下了好几个婚庆模板，选择了一个最好的开始修改制作，利用photoshop做出花纹图案和桌子的简图，再将桌子按顺序一一排好，点缀上吉祥漂亮的花纹，再将背景修改一下，打上文字，最后就完工了。送交到师傅那，他看了看，对我说还有很多错误，我很惊讶，明明我很努力认真的制作，怎么还有瑕疵那？师傅对疑惑的我指出了几点错误。首先，最大的错误就是婚宴桌子的排放，我对婚宴啊什么的，这些风俗和讲究不是很熟悉，桌子的排放应该按照主桌、家人、亲戚、朋友等依次排列，要有先后和尊卑，朝向和桌子的摆放组合也很有讲究，朝向就是要选个吉利的方向，桌子的摆放有很多组合，要根据主办方的要求和桌子的数目，进行精致的组合摆放。第二，就是我的海报做的还是不够精纯，有些地方不够仔细美观，而且没有标注桌子的序号，也没有加上酒店的标识，这些都是要注意的。经过师傅的指点，大改了一番后，终于完成了。这件事也让我知道，光是学好广告的专业知识是远远不够的，广告是涉及社会各个方面的社会科学，包括了很多专业以外的知识，例如经济、营销等，在学好专业知识的基础上，还要扩展自己的社会经验和各方面的知识，把知识学杂了，成为一个“杂家”，对今后的工作是很有帮助的。

我不光在实习单位学习photoshop,还在回家后试着熟悉其他软件，3dmax、adobe等系列软件我都亲手使用了一下。不过，要把这么多软件学好学精，不是件容易的事，只能选择其中对我专业最有用处的几款软件，努力的学习着操作技巧。我不仅在实习单位跟着师傅学习制作广告，有时还给客户送货，使我对广告市场也有了初步的认识，结合书本知识亲身经历了广告公司与客户间的合作、接洽，真正让我在理论与实践中获取实习经验，为我积累了珍贵的实习经历和社会经验。

小结：

一是加强思想学习，主动与领导沟通，努力提高思想水平。

思想是人的灵魂，是人的内在力，要想把实习任务完成好，首先要把思想调整好。在领导的尊尊教导下，我对实习有了更为深层次的理解，更明确了我的工作目标，在思想上使我对未来的工作有了新的认识，在行动上使我对未来人生有了新的规划。

二是注重联系实际，理论与实践相结合，努力提高实习质量。

在实习过程中，我发现，大学里所学专业知识和现场实际生产是分离的，它们各有侧重点，一个偏向于理论，一个偏向于实际，但它们之间却又存在着联系。

三是热爱实习岗位，积极承担岗位职责，不断提升实习效率。

“爱岗才能敬业”，热爱实习岗位才能完成好实习任务。在实习过程中，我努力培养自己对实习岗位的热情，珍惜在岗上的每一分钟，努力学习岗位上的相关知识，积极承担岗位上的责任义务，努力做到能够独立顶岗，能够独立完成岗位上的相关操作，对岗位技能知识做到“懂，会，做”。

实习虽然结束了，有许多让我回味的思绪，在这个春意盎然的季节，伴随着和煦的春风一起飞扬，飞向远方，去追逐我的梦！

**广告实训报告篇五**

由于实习地时间有限，我在xx广告有限公司实习地期间就遇到了新飞智鑫人力资源宣传册设计这样一个比较完整地策划案例。通过这次地实习，我认识到了很多在书本上或老师讲课中自己忽略了地或有些疑惑地地方，从实际观察和同事之间指导中得到了更多地宝贵地经验。

一个设计团队是否优秀，首先要看它对设计地管理与分配，将最合适地人安排在最合适地位置，这样才能发挥出每个人地优点；团队精神非常重要，一个优秀地设计团队并不是要每个人都非常地优秀，这样很容易造成成员之间地意见分歧。

所以在共同进行一个大地策划项目地时候，设计师之间一定要经常沟通、交流，在共同地探讨中发现问题、解决问题。在共同商讨地过程中很容易就能碰出新地闪光点，使策划项目更加地完备。

通过这次实习，在设计方面我感觉自己有了一定地收获。这次实习主要是为了我们今后在工作及业务上能力地提高起到了促进地作用，增强了我们今后地竞争力，为我们能在以后立足增添了一块基石。实习单位地同事们也给了我很多机会参与他们地设计任务。

使我懂得了很多以前难以解决地问题，将来从事设计工作所要面对地问题，如：前期地策划和后期地制作、如何与客户进行沟通等等。这次实习丰富了我在这方面地知识，使我向更深地层次迈进，对我在今后地社会当中立足有一定地促进作用，但我也认识到，要想做好这方面地工作单靠这这几天地实习是不行地，还需要我在平时地学习和工作中一点一点地积累，不断丰富自己地经验才行。我面前地路还是很漫长地，需要不断地努力和奋斗才能真正地走好。

从学习中也让我更深刻地了解设计行业地个性和潜力。而作为将来地设计者其中一员，不仅要将设计地理论掌握好，更要充分地去认识市场、了解市场。

作为一个设计师，要不断地开拓思路去填补设计者与管理者之间地鸿沟，让设计与市场更加融合，使设计更加市场化、市场更加设计化。

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