

万盛兰老师《企业内宣类文案写作技能培训》课程大纲

【课程主题】：企业内宣类文案写作技能培训

【培训时间】：1天

【培训对象】：中基层管理人员、文秘

【培训方式】

生动授课、多媒体演示、个体实训、角色扮演、互动交流等使培训效果达到最好！

【课程特色】

1. 正确认知良好的写作习惯和写作技巧的修炼及修养，掌握写作的职场意义；
2. 专题学习通讯类文案的写作规范、写作技巧和方法；
3. 掌握新媒体文案的写作技巧和方法；
4. 掌握并运用新媒体的排版工具

课程大纲

第一章:认识宣传文案

- 1.宣传文案的定义
- 2.宣传文案的表现形势
- 4.宣传文案的分类

第二章:简报类宣传文案的撰写

1.导语的八种写作方法

- 1) 一语破的法
- 2) 有意重复法
- 3) 提问作答法
- 4) 欲擒故纵法
- 5) 化静为动法
- 6) 小中见大法
- 7) 先声夺人法
- 8) 特写镜头法

【课堂练习】根据要求选择合适的手法完成导语的撰写

2.主体的撰写技巧

- 1) 主体撰写的目的
- 2) 主体撰写的要求
- 3) 主体撰写的逻辑关系

【课堂练习】根据要求完成主体部分的撰写

3.背景及结尾的撰写技巧

- 1) 背景写作的意义和目的
- 2) 不同的新闻内容，背景撰写的内容性质
- 3) 背景及结尾写作的难点分析

4.标题的撰写要求

- 1) 标题的撰写以实题为主
- 2) 准确性要求高于生动性要求
- 3) 至少包含两条题目——引题和副题的运用

【案例分析】2017年中国新闻奖一等奖作品赏析

5.会议消息的撰写模板

- 1) 会议消息的字数建议
- 2) 会议消息的题目撰写要求
- 3) 会议消息的导语写作模板
- 4) 会议消息的正文写作模板
- 6.动态消息与综合消息的撰写
 - 1) 动态消息与综合消息的区别
 - 2) 动态消息适宜范畴
 - 3) 综合消息撰写的素材收集技巧

【案例分析】范冰冰案三篇新闻稿对比分析

第三章：通讯类宣传文案的撰写

1.通讯稿的特点

- 1) 新闻性
- 2) 评论性
- 3) 形象性

【案例分析】两篇打豹英雄新闻稿的对比分析

2.通讯的选材与主题

- 1) 什么是主题？什么是标题？
- 2) 确定主题四步法

【案例分析】司庆筹备新闻稿

- 3) 撰写标题三问三答

【课堂练习】为本次培训拟定三个不同的新闻标题

- 4) 标题撰写技巧

【案例分析】十万加是怎样炼成的

3.有效采访的实施步骤

- 1) 确定采访对象
- 2) 撰写采访提纲
- 3) 挖掘采访素材

4.人物通讯的写作方法

- 1) 什么是人物通讯
- 2) 人物通讯有哪些类型
- 3) 人物通讯的写作要求
- 4) 人物通讯要处理好的三个关系

【案例分析】马氏“兄弟”二十年的诚信

5.事件通信的写作方法

- 1) 什么是事件通讯
 - 2) 事件通讯有哪些特点
 - 3) 事件通讯采写的三要素

【案例分析】从“筑巢引凤”到“养凤筑巢”

6.工作通讯的写作方法

- 1) 什么是工作通讯
- 2) 写好工作通讯的三点要求

【案例分析】年终测评，要把水分挤出去

第四章:推广类宣传文案撰写的撰写

1.文案写作的万能思路——终点思维

- 1) 为什么要厘清文案目标
 - 2) 文案目标的大纲
 - 3) 文案信息的筛选
- 2.文案写作的万能框架
- 1) 框架模型——文案说服公式
 - 2) 框架实操——总分总
 - 3) 框架运用的注意事项

第五章:品宣类宣传文案的撰写

1. 品宣类文案创作的思路
 - 1) 文案写作的四个步骤
 - 2) 如何确认文案写作的目的
 - 3) 文案创意思考的方法
2. 品宣类文案写作技巧
 - 1) 新媒体文案的标题如何才能吸引人
 - 2) 新媒体文案内容如何引发共鸣
 - 3) 新媒体文案内容如何让人产生信任感
- 3.品宣类文案的排版技巧
 - 1) 文案的排版原则
 - 2) 文案的字体处理
 - 3) 排版软件推荐