

创意读后感的 日创意文案读后感(大全5篇)

当观看完一部作品后，一定有不少感悟吧，这时候十分有必要要写一篇读后感了！当我们想要好好写一篇读后感的时候却不知道该怎么下笔吗？以下是小编为大家收集的读后感的范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

创意读后感的篇一

字里行间充满实实在在的哲思，让人读一读想一想，很多事，原来如此，很多事，真的如此。与这些只言片语偶然相遇，增加了一些轻松瞬间，心情变得有些曼妙。

接下来的阅读中，我和自己玩游戏，先翻到自己生日那一页，再翻到家人生日页，然后是一些特殊的日子。结果，真的有一些小共鸣。

创意读后感的篇二

这是一本送给自己或爱的人的记录平凡日常的礼物书——《365日创意文案》。

文案，顾名思义，就是名言集，即我们所说的金句，它是用来宣传产品与企业魅力，可惜的是，我们只能在特别的时间内看到它们，为了让我们随时随地都能看到不同的文案，《365日创意文案》应运而生。

这本书的好处就是随时随地让你会心一笑，你随手翻开的一页，也许会使你豁然开朗、心旷神怡、茅塞顿开，所以，请多留意生活中的美，不要淹没在时间的洪流里。

它的另外一个好处是每天看一页文案，你可以把文案用来发

朋友圈，也可以模仿文案写作，当然，最疯狂的方式就是把文案一页页撕下来，贴到书桌上，这样更显眼，也更有仪式感。

我看完这本书的感受有一点：思辨化。

创意读后感的篇三

暑假，应该是教师最有空阅读的时机。放假前，我从学校图书室借了三本书，一直在见缝插针式的阅览，其中一本是孙洪波、刘丽娟主编的《做有创意的教师》。对于教师来说，看这样的书，就像是面对面聆听专家为我们传经送宝，只是需要用眼睛和大脑静心倾听，而且，“听”到精彩之处，无需顾忌，可随时打断。我一边“倾听”，一边把自觉精彩的美段佳句做个记号或摘记在日记本上，以拉近内容与自我的距离，加深印象，提高自己。

其中提到，设疑激趣教学法能够吸引学生注意力，激发学习兴趣，调动学生的参与热情，将“要我学”变成“我要学”，收到事半功倍的教学效果。

这是极为宝贵的教学经验，这是指引教师走捷径的妙招，这也是专家教学历程中的结晶。我们知道，兴趣是最好的老师，任何人对于自己感兴趣的事，内驱力强，做起来主动、乐意且真心实意，全神贯注，还感觉不到累。

如果课堂上学生要是能在教师的悉心引导下，以如此状态投入学习，那效果肯定是毋庸置疑是高效的。然而，发现、创新都是从疑问开始的，疑问是动力，解疑是目标。有了疑问的悬念，才有探究的欲望。

要让学生有强烈的探究、学习欲望，让课堂营造安全自由、生动有趣的学习氛围。教师首先得懂得“博观而约取，厚积而薄发”的道理，越是知识渊博的老师，越能够在课堂上轻

车熟路、驾驭自如，越是具有教学机智、善于应变的老师越能使得出灵机妙招，才能做到设疑与激趣的巧妙结合。熟能生巧就是这个理。故而，教师必须不断学习，不断更新教学理念，扩充知识，提高技能。然后吃透教材，掌握重点、难点。只有这样，才能做到情境生动有趣，语言幽默风趣、课堂简单高效，把学生引入忘我的学习情境之中。

创意读后感的篇四

小时候喜欢手工，但一直不被妈妈认可。长大后自己玩儿过一段时间的彩铅，串珠，软陶，毛毡和不织布，但都是三分钟热度忙的时候就中断了。记得今年疫情期间，把一家人都困在北京，爸爸写毛笔字我画水彩，还给自己定了今年画一百幅的目标，结果暑期过年回家爸爸书房里到处堆满毛笔字练习，技艺渐长，我的绘画还停留在过年期间。

很多时候都觉得做这种手工作品需要财务自由和时间自由，才有心性平和地把兴趣变为谋生工具，特别是看作者作为北京本地人那种不疾不徐的生活态度，也是有之前父辈给留下的能让人不疾不徐的底蕴。而认识一个姐姐十几年，清华毕业后嫁给一个清华校友，老公高管她在家相夫教子每天就是画画烘焙发展爱好，看她的微博就纯羡慕。最近再看她微博，已经发展到在家开班授课了。

所以想一想，足够小康生活的经济底蕴确实是一个追求向往生活的充分条件，但却不是必要条件，关键还是是否真的热爱，是否有良好心态。追问之下，感觉还是想要追求的事务太多了，想要的结果太多了。于是乎，还是集中在主要目标上，对于向往生活的追求，放在心底适时启动吧。

这本小书给我种草了橡皮章和滴胶热缩片，找机会一定要尝试。

创意读后感的篇五

我与这本书缘分不浅。封皮书名6个字是我6岁的女儿所写，她敢写，夏老师敢用。

8月第一批拿到了这本书，8月底携家带口跑到上海参加了签售party，还有幸替我那懵懂的娃做了开场嘉宾，更有幸现场听夏老师讲了一节大课。现在才来写读后感。14章全部读完，佰音教室音频也听到了第9段。

最大的感觉是，夏老师从野路子中硬生生的杀了出来。如果套用现在的综艺“演员”来讲，他是绝对的激情体验派。总结出来的方法论，是需要有共同追求的人才能明白。所以我同意有人说，刚入行两三年的人，或者一直在套方案的人，看不懂这本书。

曾经业内策划之间流转的博加案例，夏老师看似在书中还原“做案经过”，但解题思路绝不是一个“回忆录”那么简单。很多解题思路又重新想过，结合当下的现状怎么做到更好更全；14章内容，几乎涉及你我在接到项目竞标时的所有问题，小镇、别墅、大盘、高铁旁、公园畔、学区房、都会圈、集团品牌、区域品牌……所以刚刚我司同事又再愁某个案子的时候，我说“夏老师都写了，你再翻开看看”。

我不同意有人说，这是一本案例大全。这正是“创意的坏习惯”之一。地产界的同仁大多都有，策略翻看案例，文案摘抄口号；设计在花瓣歇业了就啥也不会干；甲方看了别人好的东西就会让乙方去借鉴。夏老师在每一个章节前，都会花大量的文字去描述自己对项目的深度认知过程，摒弃直觉，再试图寻求突破，我觉得这才是看这本书要学习的点。而不是一句定位，一个口号，一个结果。