

<<电视广告教程>>

图书基本信息

书名：<<电视广告教程>>

13位ISBN编号：9787118050189

10位ISBN编号：7118050180

出版时间：2007-3

出版时间：国防工业

作者：李燕临，王蕊编著

页数：348

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<电视广告教程>>

内容概要

本书全面、系统地论述了电视广告的基本概念、基本理论、创意方法、表现技巧和制作技术等。书中融注了作者多年的教学实践经验和科研成果，同时列举了大量的电视广告实例，是一本学术价值高、实用性强的书籍。

全书共分11章。

第一章阐释广告的科学含义、构成要素、历史演进，我国电视事业的高速成长和电视广告发展现状。

第二章探讨电视广告的功能、特性和类型，电视广告的摄制原则。

第三章阐述电视广告的前期策划。

第四章探讨电视广告文案的创作技巧与脚本编写；第五章阐述电视广告创意思维与技法。

第六章探讨电视广告主题。

第七章探讨电视广告的设计与表现。

第八章阐述电视广告的声画艺术语言。

第九章对电视广告的拍摄与制作技术进行了详尽论述。

第十章探讨电视广告的播出策略与效果测定。

第十一章电视广告管理。

本书每章前面列有学习目标，每章后面附有复习思考题，能使学习更为有效。

本书可作为电视节目制作、广告学，新闻学、影视编导、教育技术学等专业的电视广告教材，能切合教学的实际需要和专业人才培养规格的需求，也可供广播电视制作领域专业人员、电教媒体制作人员和广大电视广告爱好者阅读参考。

<<电视广告教程>>

书籍目录

第一章 电视广告概述	学习目标	第一节 广告的含义与构成要素	一、广告的科学含义
(一) 对广告定义的几种不同理解	(二) 广告的科学含义	二、广告构成的基本要素	第二节 广告的历史演进
一、世界广告发展的历史分期	二、古代广告的表现形式	三、现代广告的表现形式	第三节 电视媒介的诞生与我国电视事业的高速成长
一、电视媒介的诞生和兴起	二、我国电视事业的高速成长	第四节 我国电视广告的发展现状与趋势	一、电视作为广告传播媒体的利弊分析
二、我国电视广告的发展现状	三、我国电视广告的发展趋势	复习思考题	第二章 电视广告的功能与类型
学习目标	第一节 电视广告与一般电视节目的区别	一、电视节目的分类	二、电视广告与一般电视节目的区别
第二节 电视广告的功能与特性	一、电视广告的功能	二、电视广告的特性	第三节 电视广告的类型
一、广告的分类	二、电视广告的类型	第四节 电视广告运作的原则	一、广告活动的基本原则
二、电视广告的摄制原则	复习思考题	第三章 电视广告的前期策划	学习目标
第一节 电视广告市场调查	一、市场调查的内容	二、面对市场进行广告策划	第二节 电视广告的定位
一、电视广告定位的概念与意义	二、电视广告定位的客观因素	三、电视广告定位的基本类型	四、广告定位常用的技巧
五、电视广告定位注意事项	第三节 电视广告计划	一、什么是电视广告计划	二、电视广告计划的类型
三、电视广告计划的内容	第四节 电视广告计划书的拟写	一、电视广告计划书的拟写程序	二、广告计划书的拟写
复习思考题	第四章 电视广告文案创作与脚本编写	第五章 电视广告创意思维与技法	第六章 电视广告主题
第七章 电视广告的视觉设计与表现	第八章 电视广告声画艺术语言	第九章 电视广告制作技术	第十章 电视广告的播出与效果测定
第十一章 电视广告管理参考文献			

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>