

<<电视频道品牌包装艺术>>

图书基本信息

书名：<<电视频道品牌包装艺术>>

13位ISBN编号：9787504348289

10位ISBN编号：7504348287

出版时间：2006-5

出版时间：中国广播电视出版社

作者：郭蔓蔓

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>

<<电视频道品牌包装艺术>>

内容概要

教学并研究电视频道包装是很偶然的事。

当然这离我的本科专业电视编辑和研究生专业传播学并不遥远，对我这样有几年从业经验的电视人来说有着极大的吸引力，我也深深感到这个行业的活力和广阔前景。

本书是国家教育部“211重点科研项目”出版的“数字艺术”系列丛书中的一部。

本书结合大量国内新近电视频道包装优秀个案，配合800多张图片，从理论层面和实际操作层面，对电视频道品牌包装的理念、策略、设计、制作进行细致梳理和论述，是一本对电视包装系统、全面、深入研究的论著。

本书结合大量国内新近电视频道包装优秀个案，配合800多张图片，从理论层面和实际操作层，对电视频道品牌包装的理念、策略、设计、制作进行细致梳理和论述，是一本对电视包装系统、全面、深入研究的论著。

<<电视频道品牌包装艺术>>

书籍目录

第一章 电视频道的品牌战略 第一节 品牌 一、广告市场改变——电视进入品牌时代 二、品牌的影响力 三、品牌的定义 四、品牌的力量 第二节 电视频道品牌概念 一、何谓电视频道品牌概念 二、电视频道品牌特征 三、围绕品牌塑造的核心概念 四、电视频道品牌的误区 第三节 电视频道品牌战略 一、设定战略的必要性 二、战略的内容 三、战略的定位 四、战略的实施

第二章 电视频道品牌营销 第一节 市场营销 一、什么是市场? 二、市场营销概念 第二节 电视频道品牌营销 一、电视频道品牌营销要素 二、电视频道营销理念 三、电视频道成功营销案例 第三节 电视频道品牌推广 一、路演 二、非电视媒体宣传 三、主持人的包装

第三章 品牌战略下的电视形象识别系统(TIS) 第一节 电视形象识别系统(TIS) 一、电视形象识别系统(TIS) 二、电视频道包装是什么? 第二节 电视频道的理念包装 一、电视频道的理念识别 二、电视频道的自我定位 三、电视频道理念的包装和推广 第三节 电视频道的行为包装 一、当前电视频道的行为包装的误区 二、电视频道行为包装的概念 三、电视频道行为包装的体现

第四章 电视频道的形象包装设计 第一节 电视频道形象包装设计原则 一、USP原则 二、唯一性原则 三、观众利益原则 四、统一性原则 五、开放式、可持续性原则 第二节 电视频道形象设计 一、创意简报 二、图形设计 三、视频设计 第三节 电视频道在播包装的实施 一、电视频道ID 二、电视频道形象宣传片 三、电视频道版权页 四、电视频道栏目包装 五、电视频道导视系统 六、电视频道广告语系 七、电视频道字幕系统 八、电视频道演播室设计 九、电视频道包装编排与应用 十、电视频道VI手册的在播包装规范本 第四节 电视频道离播包装的实施 一、电视频道离播包装的概念 二、电视频道离播包装的设计与应用

第五章 电视频道包装艺术 第一节 电视频道包装中的人文精神 一、人文精神的基本含义 二、电视频道包装中人文精神的内涵 第二节 电视频道包装的视觉传达设计与构成基础 一、点、线、面 二、黑、白、灰 三、方、圆、角 四、横、竖、S 五、体、量、场 六、意境、情趣、基调 七、画面结构与构成 八、电视画面的构成形式 九、造型 十、色彩 十一、肌理 十二、版式与字体 第三节 电视频道包装的审美理念 一、统一与变化 二、对比与调和 三、对称与平衡 四、比例与尺度 五、条理与反复 六、节奏与韵律 七、动静与力场 八、整体与局部 九、重心与稳定 十、呼应与连贯 十一、具象与抽象 十二、精微与宏大 十三、具体与概括 十四、局限与自由 第四节 电视频道包装的审美风格 一、优雅美 二、壮丽美 三、朴素美 四、稚拙美 五、新奇美 六、滑稽美 七、神秘美 八、超然美 九、浓郁美 十、冷峻美 十一、博大美 十二、怪诞美 十三、玲珑美 十四、精致美

第六章 中国电视包装行业透析 第一节 中国电视包装行业历史 一、作品风格 二、从创作层面看 三、从电视包装内容看 四、历史的启示 第二节 中国电视包装的未来趋势 一、电视包装作品“外观”趋于简单 二、电视包装结构发生变化 三、电视包装公司分化 四、市场重视策划服务参考文献

<<电视频道品牌包装艺术>>

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>