

<<电视广告>>

图书基本信息

书名：<<电视广告>>

13位ISBN编号：9787565703744

10位ISBN编号：7565703745

出版时间：2012-2

出版时间：中国传媒大学出版社

作者：孙会

页数：306

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>>

### 内容概要

孙会所著的《电视广告》以《电视广告》教学为基础,综合运用广告学、传播学、文化学、心理学、影视创作等理论知识,讲述了电视广告创作及构成元素的全部内容,并结合最新、最经典、最有特色的案例进行分析,还对不同行业的电视广告做了分类剖析,《电视广告》较系统地展示了电视广告的相关知识,也详细地论述了电视广告作品的解读视角和方法,利于学生进行电视广告知识的学习和专业能力的培养。

## <<电视广告>>

### 作者简介

孙会，毕业于河北师范大学，中国近现代经济史博士。  
现任该校新闻传播学院广告系副教授。  
讲授中外广告史、电视广告等课程。  
承担并完成多项省、厅级立项课题项目。  
在《历史教学》、《河北学刊》、《河北师范大学学报，（哲社版）》、《现代广告》等国家核心期刊发表专业论文30余篇。

## &lt;&lt;电视广告&gt;&gt;

## 书籍目录

## 前言

## 第一章 电视与电视广告概说

## 第一节 电视的诞生与发展

## 第二节 电视广告兴起与发展

## 第三节 电视广告生态观

## 第二章 电视广告的特色和分类

## 第一节 电视广告的特色、优势及劣势

## 第二节 电视广告的分类

## 第三章 电视广告的创作语言——影视语言

## 第一节 影视语言的特点及构成

## 第二节 电视广告的语言构成方式——蒙太奇

## 第三节 镜头的拍摄与运动镜头

## 第四节 景别

## 第四章 电视广告画面的形与色

## 第一节 电视广告画面的构图

## 第二节 电视广告画面的色彩

## 第五章 电视广告的声音

## 第一节 电视广告的声音概说

## 第二节 电视广告中不同声音的作用及创作原则

## 第三节 电视广告中的声音蒙太奇

## 第六章 电视广告的构架形式

## 第一节 朴素表现类电视广告

## 第二节 艺术表现类电视广告

## 第七章 电视广告创意

## 第一节 电视广告中的定位策略

## 第二节 电视广告创意的心理理论

## 第三节 电视广告主题策划的方法

## 第四节 电视广告创意的原则与方法

## 第五节 电视广告中的人文创意

## 第八章 电视广告创意的分类

## 第一节 家电产品类电视广告创意与表现

## 第二节 家用轿车类电视广告创意与表现

## 第三节 药品、保健品类电视广告创意与表现

## 第四节 食品类电视广告创意与表现

## 第五节 公益类电视广告创意与表现

## 第九章 电视广告文案写作

## 第一节 电视广告文案的概念、特点和内容

## 第二节 电视广告文字脚本

## 第三节 不同类型电视广告文案写作

## 第四节 电视广告语言的创作

## 第十章 电视广告的制作流程、拍摄准备及后期编辑

## 第一节 电视广告的制作流程

## 第二节 电视广告的拍摄准备

## 第三节 电视广告的后期编辑

## 参考文献

<<电视广告>>

后记

<<电视广告>>

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>