

<<影视广告学>>

图书基本信息

书名：<<影视广告学>>

13位ISBN编号：9787504363381

10位ISBN编号：7504363383

出版时间：2011-1

出版时间：中国广播电视出版社

作者：聂鑫

页数：304

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>

<<影视广告学>>

内容概要

聂鑫主编的《影视广告学》是讲述影视广告理论与实践的专业书籍。作者采用文理结合的手法，从影视广告创作原理和实践操作两个方面较为详尽地阐述了影视广告创意、制作以及有效利用的各个环节。本书既是一本专业教材，又是一本实践性较强的参考书。

<<影视广告学>>

书籍目录

第一章 影视广告导论 第一节 广告与影视广告 第二节 影视广告的溯源与展望 第三节 影视广告的分类与特点第二章 影视艺术语言 第一节 影视艺术语言的基本单位 第二节 影视艺术语言的技巧——蒙太奇第三章 影视广告创作 第一节 影视广告创作与广告策划 第二节 影视广告的创作原则 第三节 影视广告的主题第四章 影视广告创意 第一节 创意的概念与特点 第二节 影视广告创意的基础与原则 第三节 影视广告创意的来源与过程 第四节 影视广告创意的思维方式 第五节 影视广告创意的指导第五章 影视广告创意的表现 第一节 表现与创意的关系 第二节 影视广告的表现类型 第三节 影视广告创意文案写作 第四节 创意表现的故事板第六章 影视广告美术 第一节 影视广告美术的概说 第二节 影视广告美术的特征 第三节 影视广告美术的作用 第四节 影视广告美术师的任务第七章 影视广告动画 第一节 影视广告动画的意义 第二节 影视广告动画的分类 第三节 影视广告动画设计 第四节 影视广告动画制作第八章 影视广告布光 第一节 光的性质 第二节 影视广告布光的作用与依据 第三节 影视广告布光的特点与设计 第四节 布光设备的性能与应用第九章 影视广告摄影 第一节 摄影的意义和作用 第二节 摄影机原理与要素 第三节 影像与影调控制 第四节 影视广告摄影技巧与操作要素第十章 影视广告主要拍摄对象摄影 第一节 广告模特的拍摄 第二节 城市摄影 第三节 特殊气象拍摄技巧 第四节 静物摄影第十一章 影视广告声音 第一节 声音的要素 第二节 影视广告音乐 第三节 影视广告解说 第四节 影视广告音响第十二章 影视广告导演 第一节 影视广告导演应具备的素质 第二节 影视广告导演的作用 第三节 影视广告导演的内容第十三章 影视广告摄制 第一节 前期准备 第二节 正式拍摄 第三节 影视广告后期制作 第四节 产品分发第十四章 影视广告的综合利用 第一节 目标与时机 第二节 影视广告的媒体战略 第三节 影视广告的综合利用 第四节 影视广告传播效果测定第十五章 影视广告的管理 第一节 国际影视广告的管理 第三节 中国影视广告管理附录一 经典影片案例赏析图录附录二 影视广告摄制预算表附录三 影视广告常用术语简称与英汉对照表主要参考书目后记

<<影视广告学>>

章节摘录

版权页：插图：1926年，我国著名报学史专家戈公振在研究中国报学史过程中，便提出了对广告的看法：“广告为商业发展之史乘，亦即文化进步之纪录。

人类生活，因科学之发明日趋于繁密美满，而广告即有促进人生与指导人生之功能。

故广告不仅为工商界推销出口商品之一种手段，实负有宣传文化与教育群众之使命也。

”美国小百科全书的解释是：“广告是一种销售形式，它推动人们去购买商品、劳务或接受某种观点。

广告这个词来源于法语，意思是通知或报告。

登广告者为广告出钱是为了告诉人们有关某种产品、某项服务或某个计划的好处。

”1894年，被称为美国现代“广告之父”的Albert Lasker说，广告是“印刷形态的推销手段”。

这个定义虽然出现在电子媒介问世之前，但却是比较准确地揭示了广告的本质含义。

“推销”这个词本身，就有“劝服”的含义。

1919年，A.Marshall说：“广告中有建设性的广告和斗争性的广告，一般企业所做的斗争性的广告是为了使自己的产品，不管人们需求与否，千方百计让消费者购买，这种广告结果造成浪费。

建设性广告是给买卖双方都提供方便的方法，当人们对商品有需求、潜在着极大购买力时，新产品的广告用各种手段去宣传是必要的，这样的广告是人们希望的建设性广告。

”这一解释虽然不是标准的定义形式，但它提出了一个有争议性的话题：广告的着眼点是在广告主一边，还是在消费者一边？

或者说，广告能在二者之间找到平衡的支点吗？

1924年，日本学者中山静认为：“广告宣传的目的是劝诱人们对某一特定事情产生或增强信心，使他们赞成或坚决执行。

要达到这个目的与广告宣传的次数有关，如果选择适当的使用方式、方法和时机，即使广告的次数少一些，也会得到满意的效果，广告是通过宣传商品达到销售目的的。

”中山静主要从操作层面来理解广告的定义。

他提出了广告活动中非常关键的一面，即注重策略性。

<<影视广告学>>

编辑推荐

《影视广告学(第5版)》：影视广告专业教材

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>