

<<广播电视广告>>

图书基本信息

书名：<<广播电视广告>>

13位ISBN编号：9787811058550

10位ISBN编号：7811058553

出版时间：2009-5

出版时间：中南大学出版社

作者：何建平

页数：400

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>

<<广播电视广告>>

内容概要

深圳大学的广告学专业，是国内高校中开办得比较早的本科专业。

在课程建设和培养模式上做过不少探索，取得了一些经验。

早期大量的广告学教学材料，除了吸收唐忠朴先生主持编译的部分资料以外，大多就近取自港台出版物。

后来有一些教师陆续出版过《现代广告营销》、《广告学》、《广告创意学》、《广告案例》、《广告效果测定》等教材。

最近这几年，广告专业的教学改革有更加深入的推进。

专业方向分为策略和设计两个主要分支，必修课程形成通识教育和专业教育协调搭配、分层递进的结构，实践教学平台大力投入，形成了课程实践、社会实践、专业实践、创新实践、毕业设计等五位一体的实践教学体系，教学方式开始打通市场、传媒、创意表现三个维度，准许学生大幅度跨系跨专业选修，在学生中积极鼓励创建各类工作室，与日本电通等跨国广告公司开展比较深入的交流与合作，与深圳市工商局合作，开创国内大城市数字化全方位广告监测中心，如是等等。

这几年，广告专业的师资队伍也发生了很大的变化，一批学有所长的新人成为广告专业的教学骨干力量。

他们一边进入广告业界前沿，吸收新的经验，一边将新的知识、新的视角带入广告教学和研究之中。

在此基础上，深圳大学传播学院广告系制定了“广告学特色专业系列教材”编写计划。

在中南大学出版社的大力支持下，这套教材得以完成出版。

我们期望，新的教材能够整合新的教学经验和新的知识发展，对于当今广告专业人才培养起到推动作用，同时，也作为我们自己发展和成长的一串足迹，接受我们的学生和读者的检验。

<<广播电视广告>>

书籍目录

第一章 承接项目 第一节 寻找项目合作伙伴 第二节 竞标说明会第二章 组建项目团队 第一节 广告公司的组织架构 第二节 广告公司各职位及其职责第三章 影视镜头语言 第一节 影视构成的基本单位 第二节 影视画面的构成元素 第三节 景别和镜头 第四节 影视构图 第五节 影视叙事第四章 影视广播中的声音 第一节 声音的基本分类 第二节 广播中的声音 第三节 广播广告语言的人声的运用 第四节 音响 第五节 音乐 第六节 影视中的声画关系第五章 镜头语言的分析技巧 第一节 分析静态构图的基本技巧 第二节 动态的内部构图的分析技巧 第三节 分析动态外部构图的基本步骤 第四节 镜头中声音的基本分析步骤第六章 创意及其训练 第一节 关于创意的诸多说法 第二节 广告创意的目标制定与信息收集 第三节 消费者洞察 第四节 创意的组织 第五节 创意的技巧 第六节 影视广告创意的呈现方式 第七节 广播广告创意的呈现方式 第八节 广告创意能力的训练第七章 电视广告脚本 第一节 电视广告脚本的类型 第二节 电视广告脚本的制作第八章 提案 第一节 广告公司内部提案.....第九章 影视广告拍摄器材的选择第十章 广告摄制报价 第十一章 拍摄前的准备 第十二章 影视广告片的拍摄 第十三章 广告的后制作 第十四章 广播广告的录音合成第十五章 媒介融合时代的广播电视广告第十六章 广播广告管理附录参考文献后记

<<广播电视广告>>

章节摘录

第一章 承接项目第一节 寻找项目合作伙伴一、项目运作流程图无论是影视广告、还是广播广告的摄制，本质上都是一门生意，业界通常把这门生意称为接单或下单（case）。

影视和广播广告的摄制通常和以下三个企业有关，如图1-1-1所示：影视广播广告拍摄制作的基本流程是：广告主（企业主）有广告拍摄任务，将其交付给某个广告公司来负责；广告公司根据广告主的要求，完成广告策略、广告创意、广告预算等方面的工作；广告公司将影视、广播广告（主要是影视广告，广播广告比较简单）的执行部分（制作部分）分包给专业的影视制作公司来完成；影视制作公司完成广告片的拍摄和制作后，将广告片交付给广告公司；广告公司再将广告片交付给广告主，若获得通过，广告片的整个制作任务便完成。

以上所说是一般情形，也有三种不同情况：广告公司与制作公司合二为一，即广告公司既负责创意，又负责执行，现在许多影视广告公司都扮演着广告公司和制作公司的双重角色。

这样做的好处，能够尽量使业务控制在公司范围，减少成本开支，提高利润，甚至也提高效率；但坏处是，广告公司毕竟不是专业的影视公司，品质上难以保证。

广告主自己完成广告的创意，然后直接将其交付给制作公司来完成，而不用通过广告公司。

<<广播电视广告>>

编辑推荐

《广播电视广告》为中南大学出版社出版发行。

<<广播电视广告>>

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>