

<<电视媒体策划新论>>

图书基本信息

书名：<<电视媒体策划新论>>

13位ISBN编号：9787507830293

10位ISBN编号：7507830292

出版时间：2009-4

出版时间：中国国际广播出版社

作者：游洁

页数：386

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>

<<电视媒体策划新论>>

内容概要

本书是作者对电视媒体策划多年教学与实践经验的总结。

全书从媒体、栏目、具体节目形态几个层面对电视策划作了全面、深入、细致的剖析，总结归纳了电视媒体的策划规律及技巧等。

尤其可贵的是综合分析了媒体、观众和电视投入商三者的关系。

具有较强的理论开拓价值和实践指导意义。

本书有助于广大电视从业人员了解和掌握电视媒体策划规律与技巧，可以作为大专院校相关专业的教材和辅导读物，对媒体研究者也具有参考价值。

<<电视媒体策划新论>>

作者简介

游洁，四川人，1963年生。

中国传媒大学影视艺术学院文艺系教授、广播电视艺术学硕士生导师。

主讲电视文艺编导、电视节目主持、电视节目策划等课程。

主要理论著作有《电视文艺节目的创作》、《电视节目主持新论》等；参加过多项国家重点科研项目
的研究；在国家级报刊和核心期刊上发表专业论文多篇。

结合教学，经常组织和参与针对各电视台、频道及具体节目的策划。

<<电视媒体策划新论>>

书籍目录

第一章 媒体策划时代的来临 第一节 什么是媒体策划 一、媒体 二、策划 三、媒体策划 第二节 文化创意产业发展背景下的电视媒体策划 一、文化创意产业概念的解读 二、寻找具有中国特色的文化创意产业的发展途径 三、我国电视媒体策划概念的建立及意义 第三节 电视媒体策划原则的时代性体现 一、内容为王 二、服务受众 三、开拓市场 第二章 电视媒体策划人及策划中的人际关系 第一节 电视策划人的素质 一、政策把握能力 二、创新与决策能力 三、系统的相关知识 第二节 电视策划中的人际关系 一、策划人与领导 二、策划人与其他创作者 三、策划人与受众 四、策划人与投资商 第三章 电视媒体策划的工作流程 第一节 项目的前期调研 一、电视台与频道的市场分析 二、对观众的分析及分析方法 三、节目类型的市场分析 第二节 策划的“激荡” 一、专家与策划会 二、“激荡”的内容 第三节 策划文案的写作 一、策划文案的内容 二、文案的策划 三、电视项目实施期的策划工作 第四章 台与频道的策划 第一节 电视台的性质与构架 一、电视台的性质 二、电视台的基本构架 第二节 台与频道特色的定位 一、发展目标的定位 二、重视目标受众的特色 三、建立台与频道的整体策划意识 第三节 频道内部的建设 一、频道的类型及要注意的问题 二、频道内节目的编排及技巧 三、频道的内部管理 第四节 台与频道的包装策划 一、解读CIS及其在电视包装中的运用 二、电视媒体包装的原则 三、电视台与频道包装的落实 第五节 电视媒体的营销策划 一、建立电视市场营销概念 第五章 电视栏目的策划 第六章 新闻政策类节目的策划 第七章 生活服务类节目的策划 第八章 文体娱乐类节目的策划 后记

章节摘录

第一章 媒体策划时代的来临 第一节 什么是媒体策划 一、媒体 在明确媒体策划的含义之前，我们首先要了解一下关于媒体的概念。

媒体，英文即media，媒体首先是传播媒介、传播工具的简称，也是传播信息的载体——从传播者到接受者之间携带和传递信息的工具。

而从更广的意义上来说，媒体可以泛指一切收集、存储、整理、传播信息的系统；那么相对而言，传统的媒体概念指印刷品（书刊、杂志、报纸）、音像电子制品、电影、电视、广播、计算机网络等大众传播工具。

之所以说“传统”，是因为近年来随着网络的发展还出现了一些以小众为对象的媒体，如一些专业网站、以个人立场建立的博客：Blog、播客Podcas等。

不过本书讨论的重点是作为大众信息传播载体的电视媒体。

实际上，各类媒体由于传播介质不同，传播特点也就有了很大差异。

例如书刊、杂志、报纸等平面媒体，信息量非常大，容易保存，而且受众占据较高的主动性，可以根据各自的兴趣和需求自由选择阅读的内容、时间、地点和速度；而广播、电视、网络等电子媒体，相对来说能突破时空的限制，通过视听符号双重系统作用于受众，即时、便捷地传递信息，显得更加直观、形象、生动。

正因为媒体具备在一定范围内的传播功能，媒体建立的主要初衷往往看重其喉舌功能，而媒体对于人类的意义是重大的——不仅仅是它本身所承载的信息容量，更主要的是它从形式上改变了人类认知世界、把握世界的方式，甚至控制着社会舆论的导向——一年365天，每天24小时地对受众进行资讯轰炸。

<<电视媒体策划新论>>

编辑推荐

《电视媒体策划新论》共分八章，主要介绍了电视媒体策划人及策划中的人际关系、电视媒体策划的工作流程、台与频道的策划、电视栏目的策划、新闻政教类节目的策划、生活服务类节目的策划、文体娱乐类节目的策划等内容。

<<电视媒体策划新论>>

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>