

<<全媒体创意策划攻略>>

图书基本信息

书名：<<全媒体创意策划攻略>>

13位ISBN编号：9787511711670

10位ISBN编号：7511711677

出版时间：2011-12

出版时间：中央编译出版社

作者：陈勤 等著

页数：332

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>

## <<全媒体创意策划攻略>>

### 内容概要

在“全媒体”时代，创意策划如同杠杆，“全媒体”就是支点。  
要想迅速成功，你必须掌握杠杆作用的原理。  
你必须建造属于自己的义长义结灾的杠杆。  
本书要展示给你的就是“杠杆作用”的基本原理，协助你早日建造出属F个人的不可复制的结实杠杆，撬动你成功支点，或者有一天可以像所有伟人的创意策划成功人士一样用你创意策划的灵感通过“全媒体”撬动整个世界!

## <<全媒体创意策划攻略>>

### 作者简介

陈勤，男，1963年生，历史学博士，北京印刷《学院教授，硕士生导师。先后毕业于中由大学和南京大学。原广西师范大学政治与公共管理学学院教授。1993年起，先后在广西师范大学出版社、中央电视台、凤凰卫视、《中国改革》杂志等重要出版传媒机构从事编辑、撰稿和策划工作，积累了丰富的传媒从业经验和人脉资源。主要研究领域有媒体创意与策划、出版历史文化、中国畅销书与常销书等。目前主要关注新媒体特别是手机出版研究。在国内外重要学术刊物上发表论文37篇，出版专著5部。获国家和省部级奖励2项，承担国家和省部级科研课题3项。主创的纪录片《世纪——中国的现代化》获得第19届中国电视金鹰奖。

雷芳、杨照光均为陈勤教授重点培养的硕士研究生，传媒课题研究团队的骨干成员。

# <<全媒体创意策划攻略>>

## 书籍目录

### 前言

### 第一章 图书的创意与策划基本理论及案例解析

#### 第一部分 基本理论概述

第一节 图书选题的创意与策划

第二节 图书宣传的创意与策划

第三节 图书编辑的创意与策划

第四节 图书制作的创意与策划

第五节 图书营销的创意与策划

#### 第二部分 案例解析

第六节 案例1-1《求医不如求己》的可重复性操作新模式

第七节 案例1-2《藏地密码》销售神话背后的营销密码

第八节 案例1-3从《1988》、《独唱团》看韩寒的反向营销

#### 本章小结

### 第二章 报刊的创意与策划基本理论及案例解析

#### 第一部分 基本理论概述

第一节 报纸创意与策划的一般流程

第二节 报纸新闻的创意与策划

.....

### 第三章 广播的创意与策划基本理论及案例解析

### 第四章 电视的创意与策划基本理论及案例解析

### 第五章 网站的创意与策划基本理论及案例解析

### 第六章 手机媒体的创意与策划基本理论及案例解析

### 第七章 流媒体的创意与策划基本理论及案例解析

### 第八章 户外媒体的创意与策划基本理论及案例解析

### 第九章 自媒体的创意与策划基本理论及案例解析

### 后记

## <<全媒体创意策划攻略>>

### 章节摘录

二、丰富用户的体验 流媒体的内容制作者，一定不可忽略流媒体那些能吸引观众的更具吸引力、更丰富的特征，绝对不能简单地模拟电视制作。

因为流媒体的优势在于交互性和体验。

在许多情况下，流媒体的用户体验，可以像电脑游戏一样丰富。

一个有创意的流媒体制作者，一定要把环绕声技巧和效果、三维交互和虚拟现实结合到节目中去，这些元素可以流动，而且通过在互联网上相互连接，不同的受众群还能利用这些半电脑游戏元素实现实时交互。

当运用到最佳效果时，比起电脑游戏和电视来，流媒体节目肯定能提供更令人兴奋和更有参与感的用户体验。

开发制作流媒体节目，必须为受众提供比电视节目更多可看、可做的内容。

毕竟，流媒体不是让受众被动地收看，而是更积极地主动投入。

只有加强与受众的互动和交流，流媒体节目才能够显得吸引人。

对于包含集成人之间交互特征的内容（如现场聊天）来说，这一点尤为重要。

只要载体带宽足够，流媒体对视频流的交互数据就没有严格和永久的限制。

因而流媒体节目的创意与策划，可以考虑多发挥流媒体交互内容平台的优势，在竞赛节目中可以让竞赛者在家中一起玩游戏，在教育节目中可以加入大量有趣的案例，以此来吸引受众。

概括而言，就是以流媒体的交互性活动，来丰富用户的体验。

.....

## <<全媒体创意策划攻略>>

### 媒体关注与评论

关于创意策划，集中和简单一直是的我右铭。

我认为，简单比复杂更难实现。

我用多年时间让自己的思维变得简单、有条理，最后开发出超凡脱俗的“苹果”系列产品。

选择越多，我们越要记住：奇迹往往来源于一个简单而执著的信念。

——乔布斯 谁占领了创意的制高点谁就能控制全球！

主宰21世纪商业命脉的将是创意！

创意！

创意！

除了创意还是创意！

还是创意！

因一为资本时代已经过去，策划时代已经来临！

——托夫勒 现在已经进入到了全媒体时代，综合用于多种媒介和终端，全天候、全方位、立体化地展示传播内容，需要媒体人顺势而为，有所创新和转型。

——刘长乐

<<全媒体创意策划攻略>>

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>