

<<影视广告创意与制作>>

图书基本信息

书名：<<影视广告创意与制作>>

13位ISBN编号：9787532256143

10位ISBN编号：7532256146

出版时间：2009-1

出版时间：上海人民美术出版社

作者：苏夏

页数：140

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>

## <<影视广告创意与制作>>

### 前言

从电影制片厂走向自己的母校，从广告拍摄现场走进大学的讲坛，放下多年的导筒执起了教鞭，同行们笑称我是“换了个频道活着”，恰恰相反，我从事的依然是影视广告，只是从“学生”变成了老师。

带着20年影视广告行业所经历的风风雨雨回到教学岗位，重新思考与探索中国影视广告教育的问题。影视广告是一个实践性很强的专业，是一门艺术与商业、艺术与技术相结合的专业，与市场密不可分。

在教学过程中我发现，社会上关于影视广告创意制作的教材少之又少，有的教科书甚至是没有经历过影视广告实践的作者撰写的，难以找一本真正有效的、较为系统的专业教材。

据我所知，全国设立影视广告专业的高校有200多所，但真正具备影视广告教学能力和技术条件的却寥寥无几，普遍存在教师缺经验，学生缺实践，授课缺教材，制作缺设备等现象。

因此，编写一系列有效的、系统的专业教材，建立年轻教师的培训计划与实践机制是影视广告教育的当务之急。

当代的学生更看重那些在行业内打拼过、有实战经验、有大量作品并在此领域中取得卓越成就的专业教师。

影视广告非常注重理论与实践结合，注重动手能力。

如果没有在残酷的广告行业中挣扎过，没有在市场这个大课堂里经受过“煎熬”和“历练”是没有经验可寻的，是难以办好实践类专业的。

我常常在想，尽可能地把自已学到的东西、从业的经验及教训传授给学生，让他们少走弯路，让他们得以借鉴并学有所成，这是积大德的事。

《影视广告创意与制作》尝试着将自已多年创意制作的一些心得和前人的积累进行归纳和梳理，对国际上的经典案例进行点评与分析。

希望对学习影视广告的学生有用。

## <<影视广告创意与制作>>

### 内容概要

中国美术院校新设计系列教材是对当代艺术教育进行的一次新的思考。它的新不仅体现在书的内容与形式上,更体现在设计思维、教学观念上。学以致用是丛书编写的根本宗旨。

本书系统地讲述了影视广告创意与制作的基本理论,以大量的优秀影视广告为范例,深入浅出地讲解了影视广告创意设计与制作的方法,给学习者最直接、最实用的学习指导。

本书具有以下特点:理念新颖,积极把握影视广告的发展动向,用最新的观念引导教学。

图例精彩,精选了当今世界各国最新的优秀影视广告为教学范例。

教学方法可操作性强,帮助学生最快的掌握影视广告设计制作的基本技巧。

通俗易懂,简洁生动地文字方便读者轻松地阅读理解。

## <<影视广告创意与制作>>

### 作者简介

苏夏，毕业于中国美术学院，现为中国美术学院影视广告系主任、副教授、硕士研究生导师。他同时是一位著名的广告导演，自1988年从事影视广告创作以来，其作品多次参加知名广告节、沙龙评选并获奖，其中包括美国纽约广告节全球奖、美国莫比广告影视金奖和平面金奖、中国香

## &lt;&lt;影视广告创意与制作&gt;&gt;

## 书籍目录

前言第一章 广告的基本概念 第一节 广告的定义与分类 一 广告的起源 二 广告的分类 第二节 影视广告的发展历程 一 影视广告的特点与优势 二 影视广告的产生与发展 三 影视广告的传播功能第二章 影视广告创意 第一节 广告策划与广告目标 一 广告策划概述 二 制订广告目标 第二节 广告诉求的创意思考 一 创意简报大纲 二 创意原则与思维方法 三 创意主张(广告理论简述) 第三节 影视广告的表现手法 一 比较式广告 一 产品实证式 三 夸大问题点方式 四 “3B”原则 五 名人代言式 六 卡通人物式 七 比喻象征式 八 歌舞式(音乐风格) 九 生活片段式 十 怀旧风格 十一 散点式(多情节片段) 十二 戏剧冲突式 十三 主讲人形式 十四 特殊效果式(画面特效、声音特效) 十五 电影风格 十六 纪实手法(纪录片风格) 十七 “性”含义广告 十八 纯字幕广告 十九 方言式广告 二十 系列性广告 二十一 借力方式 二十二 恶搞风格 二十三 意识形态广告 二十四 传统戏曲风格 二十五 中国字体、水墨与图腾类广告第三章 影视广告制作与管理 第一节 影视广告制作的管理 一 创意总监和制作总监的职能 二 控制制作成本 三 广告导演和执行制片 第二节 影视广告摄制媒材 一 电影胶片广告 二 数字高清广告 三 标清录像广告 四 动画广告 五 实拍与动画合成广告 六 后期抠像合成型广告 七 素材编辑型广告 第三节 影视广告制作流程 一 前期筹备阶段 二 拍摄制作阶段 三 后期制作阶段第四章 经典影视广告赏析 第一节 欧美当代影视广告 一 美国广告 二 英国广告风格 三 斯堪的那维亚风格——北欧潮流 第二节 南美风潮 一 巴西广告 二 阿根廷、秘鲁、哥伦比亚、乌拉圭广告 第三节 亚洲魅影 一 出色的泰国广告 二 印度广告的崛起 三 日本广告风格第五章 影视广告教学 一 广告创意 二 广告制作参考文献作者简历

<<影视广告创意与制作>>

章节摘录

插图：

<<影视广告创意与制作>>

编辑推荐

《影视广告创意与制作》由上海人民美术出版社出版。

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>