第一图书网, tushu007.com

<<电视广告>>

图书基本信息

书名：<<电视广告>>

13位ISBN编号：9787565703744

10位ISBN编号：7565703745

出版时间：2012-2

出版时间：中国传媒大学出版社

作者：孙会

页数：306

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

内容概要

孙会所著的《电视广告》以《电视广告》教学为基础，综合运用广告学、传播学、文化学、心理学、影视创作等理论知识，讲述了电视广告创作及构成元素的全部内容，并结合最新、最经典、最有特色的案例进行分析，还对不同行业的电视广告做了分类剖析，《电视广告》较系统地展示了电视广告的相关知识，也详细地论述了电视广告作品的解读视角和方法，利于学生进行电视广告知识的学习和专业能力的培养。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

孙会，毕业于河北师范大学，中国近现代经济史博士。
现任该校新闻传播学院广告系副教授。
讲授中外广告史、电视广告等课程。
承担并完成多项省、厅级立项课题项目。
在《历史教学》、《河北学刊》、《河北师范大学学报，（哲社版）》、《现代广告》等国家核心期刊发表专业论文30余篇。

第一图书网, tushu007.com

书籍目录

前言
第一章 电视与电视广告概说
　第一节 电视的诞生与发展
　第二节 电视广告的兴起与发展
　第三节 电视广告生态观
第二章 电视广告的特色和分类
　第一节 电视广告的特色、优势及劣势
　第二节 电视广告的分类
第三章 电视广告的创作语言——影视语言
　第一节 影视语言的特点及构成
　第二节 电视广告的语言构成方式——蒙太奇
　第三节 镜头的拍摄与运动镜头
　第四节 景别
第四章 电视广告画面的形与色
　第一节 电视广告画面的构图
　第二节 电视广告画面的色彩
第五章 电视广告的声音
　第一节 电视广告的声音概说
　第二节 电视广告中不同声音的作用及创作原则
　第三节 电视广告中的声音蒙太奇
第六章 电视广告的构架形式
　第一节 朴素表现类电视广告
　第二节 艺术表现类电视广告
第七章 电视广告的创意
　第一节 电视广告中的定位策略
　第二节 电视广告创意的心理理论
　第三节 电视广告主题策划的方法
　第四节 电视广告创意的原则与方法
　第五节 电视广告中的人文创意
第八章 电视广告创意的分类
　第一节 家电产品类电视广告创意与表现
　第二节 家用轿车类电视广告创意与表现
　第三节 药品、保健品类电视广告创意与表现
　第四节 食品类电视广告创意与表现
　第五节 公益类电视广告创意与表现
第九章 电视广告的文案写作
　第一节 电视广告文案的概念、特点和内容
　第二节 电视广告文字脚本
　第三节 不同类型电视广告的文案写作
　第四节 电视广告语言的创作
第十章 电视广告的制作流程、拍摄准备及后期编辑
　第一节 电视广告的制作流程
　第二节 电视广告的拍摄准备
　第三节 电视广告的后期编辑
参考文献

第一图书网, tushu007.com

后记

第一图书网, tushu007.com

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