

<<电视广告制作与创意>>

图书基本信息

书名：<<电视广告制作与创意>>

13位ISBN编号：9787040316599

10位ISBN编号：7040316595

出版时间：2011-5

出版时间：高等教育出版社

作者：丁海洋 编

页数：114

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>

## <<电视广告制作与创意>>

### 内容概要

《电视广告制作与创意》是普通高等教育“十一五”国家级规划教材。

《电视广告制作与创意》详述了电视广告策划和制作过程，介绍了广告设计拍摄人员应该具备的能力和素养，通过典型实例解析设计过程中策划、设计、拍摄、后期制作等一系列环节的基本常识和方法。

第1章主要讲解电视广告的常识和基本理论，帮助读者从整体上了解电视广告的历史、现状、技术等；第2章讲解广告设计前期文案策划涉及的设计理念和设计过程；第3章通过对观众、消费者心理特点的介绍，从心理学角度讲解广告设计原则；第4章通过讲述电视广告拍摄过程，详细剖析了拍摄的软硬件环境、方法和技巧；第5章通过实例讲述电视广告后期制作涉及的软件和技术，引导读者尝试制作广告；第6章介绍了电视广告镜头语言的常识。

《电视广告制作与创意》结合了大量实例，能帮助读者形象地了解电视广告设计和制作过程，对实际操作具有很强的指导意义。

《电视广告制作与创意》可作为高职和本科院校相关专业的教材，也可作为电视广告从业者的参考和自学用书。

## <<电视广告制作与创意>>

### 作者简介

丁海洋，1962年11月出生。  
毕业于北京电影学院，获得动画专业学士学位。  
现任浙江传媒学院动画学院院长，担任的社会职务包括中国动画学会常务理事、浙江创意设计协会副理事长、中国电视美术研究会理事等。

从事教学工作23年，专业方向为影视动画、影视广告。  
出版多部动画及广告专著，主编多部国家级规划教材，导演的电视广告作品获奖情况如下：2001年“万家福”获山西省第九届电视艺术评比二等奖、2002年“运康锅巴”获山西省第十届电视艺术评比二等奖、2002年“黄梨汁”获山西省第十届电视艺术评比一等奖、2003年“汾酒集团金家酒”获山西省第十一届电视艺术评比一等奖。

## &lt;&lt;电视广告制作与创意&gt;&gt;

## 书籍目录

第1章 电视广告概述1.1 电视1.1.1 电视概述1.1.2 电视的发展历程和我国电视产业的发展1.1.3 电视产业的发展趋势1.2 电视媒介1.2.1 电视的分类1.2.2 网络时代的新型电视形式1.2.3 电视广告的优势1.2.4 电视广告的限制性1.3 电视广告的功能和类型1.3.1 电视广告的功能1.3.2 电视广告的类型思考与练习第2章 电视广告创意设计2.1 电视广告创意概述2.1.1 广告创意的特征2.1.2 电视广告创意测评标准2.2 电视广告创意的原则、过程和方法2.2.1 电视广告创意的原则2.2.2 电视广告的创意过程2.2.3 广告创意的常用方法2.3 广告文案写作2.3.1 广告文案概述2.3.2 广告文案的构成2.3.3 广告文案撰写技巧2.4 广告词撰写示例2.4.1 感性诉求型广告语2.4.2 理性诉求型广告语2.4.3 悟性诉求型广告语思考与练习第3章 广告心理学3.1 广告心理学概述3.2 广告的心理功效3.2.1 影响心理状态的主要因素3.2.2 广告的功效3.3 环境因素与广告3.3.1 环境因素3.3.2 消费主体3.4 品牌形象识别3.4.1 影响品牌形象的因素3.4.2 品牌形象引发的联想3.4.3 品牌形象评价指标3.4.4 支撑品牌形象的要素3.4.5 企业形象识别系统思考与练习第4章 电视广告拍摄4.1 拍摄流程4.1.1 任务分工4.1.2 拍摄步骤4.2 摄像器材的应用4.2.1 摄像机的基本结构和分类4.2.2 摄像机的重要技术参数4.3 电视广告摄像的用光与照明4.3.1 光和色彩4.3.2 照明灯具4.4 剪辑编辑技术4.4.1 剪辑编辑技术的发展4.4.2 非线性编辑的基本过程思考与练习第5章 计算机动画与特技5.1 动画概述5.2 使用计算机技术制作动画与特技5.3 三维动画广告制作实例思考与练习第6章 电视广告的语言6.1 电视广告语言概述6.2 镜头基本知识6.2.1 镜头类型6.2.2 镜头的组织6.2.3 蒙太奇句子6.3 影像蒙太奇6.3.1 场面调度6.3.2 镜头、机位和角度6.4 声音蒙太奇6.4.1 台词的分类和作用6.4.2 音效的概念和作用6.4.3 音乐的概念和作用6.4.4 音画对位的作用6.4.5 声带剪辑的分类和作用6.5 影像剪辑思考与练习参考文献

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>