

<<广播电视节目策划>>

图书基本信息

书名：<<广播电视节目策划>>

13位ISBN编号：9787308071512

10位ISBN编号：7308071510

出版时间：2009-11

出版单位：浙江大学出版社

作者：巨浪 主编

页数：287

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>

<<广播电视节目策划>>

内容概要

本书大致可分为三个部分：第一部分是电视节目策划的基本原理和基本概念，主要解决电视策划思维方式方法这一核心问题；第二部分是策划与电视结合而形成电视策划的专业理念，主要解决在电视策划中的各种认识问题；第三部分是电视节目策划实务，主要解决电视策划的具体应用和实际操作问题。

因此，借助大量的电视策划实践，探索电视策划这一创造性活动特有的运动规律，从而更好地指导和服务于电视策划工作；强调实践性，突出操作性，就成为本书的一个特点。

<<广播电视节目策划>>

书籍目录

第一章 策划 第一节 策划 第二节 策划的要素和特征 第三节 策划的任务 第四节 电视策划人第二章 电视节目策划的程序 第一节 选择项目 第二节 构想创作 第三节 设计方案 第四节 实施意见 第五节 评估总结第三章 电视节目策划的要义 第一节 电视节目策划的目的和原则 第二节 电视节目策划的内涵 第三节 电视节目策划书的构思写作 第四节 电视节目策划的新观念第四章 电视新闻节目策划 第一节 电视新闻节目策划概说 第二节 电视新闻节目策划的基本步骤 第三节 新闻频道和品牌栏目的策划 第四节 电视新闻栏目的策划 第五节 电视新闻特别节目的策划第五章 电视综艺娱乐节目策划 第一节 电视综艺娱乐节目概述 第二节 电视综艺娱乐节目策划要点 第三节 引进节目的策划创新第六章 电视栏目的策划 第一节 电视栏目概说 第二节 电视栏目策划的依据 第三节 电视栏目策划的立意、内容与流程 第四节 电视栏目的包装第七章 电视品牌的策划 第一节 精品意识与品牌效应 第二节 电视品牌的元素构建 第三节 电视精品的实施 第四节 电视品牌的实施第八章 电视节目经营策划 第一节 电视节目投资成本 第二节 电视节目的市场解析 第三节 电视节目经营策划第九章 电视广告的经营策划 第一节 电视广告的特性 第二节 电视广告的创意 第三节 电视广告的经营策划 第四节 电视广告的发布和营销主要参考书目

<<广播电视节目策划>>

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>