

## <<中国电视策划与设计>>

### 图书基本信息

书名：<<中国电视策划与设计>>

13位ISBN编号：9787504341402

10位ISBN编号：7504341401

出版时间：2004-1

出版时间：中国广播电视出版社

作者：胡智锋

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>

## <<中国电视策划与设计>>

### 内容概要

本书结合具体案例，全方位地论述了电视节目及栏目的策划，从选题论证，到节目卖点；从风格的设计，到内容的节奏；从宣传推广，到相关的后期活动等等。书中还就主持人效应、品牌意识、频道模式等几个问题，用具体案例说明问题。

## <<中国电视策划与设计>>

### 书籍目录

丛书总序绪论：电视策划论纲 一 什么是电视策划 二 为什么要进行电视策划 三 怎样进行电视策划  
上篇第一章 目标：电视节目生产“本土化”的战略与对策 第一节 命题提出的产业背景与媒介背景 一 产业背景 二 媒介背景 第二节 本土化：中国电视节目生产的战略目标 一 电视节目内容的本土化 二 电视文化构成的本土化 三 电视审美品格的本土化 四 电视表述方式的本土化 第二节 对策：提高中国电视节目的品质与品格  
第二章 功能：“效率”的提高与“品格”的提升 第一节 关于效率与品格的界定、构成及二者关系 一 效率的界定与构成 二 品格的界定与构成 三 效率与品格的关系 第二节 关于效率与品格的意义与评价 一 效率提高的意义及评价 二 品格提升的意义及评价  
第三章 系统：中国电视节目构成的三大系统 第一节 中国本土电视节目系统 一 简况 二 战略思考与战术对策 第二节 中国对外电视节目系统 一 简况 二 战略思考与战术对策 第三节 中国引进电视节目系统 一 简况 二 战略思考与战术对策  
第四章 层面：节目——栏目——频道  
第五章 观念：90年代以来中国电视节目的五种新观念  
中篇第六章 电视剧：标准·取向·情境设计  
第七章 纪录片：品格·视点·文献记录  
第八章 电视栏目策划、设计与评析  
第九章 电视类型节目评析  
下篇第十章 电视策划综论

<<中国电视策划与设计>>

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>