

<<现代广告实务丛书1>>

图书基本信息

书名：<<现代广告实务丛书1>>

13位ISBN编号：9787505708242

10位ISBN编号：7505708244

出版时间：1994-09

出版时间：中国友谊出版公司

作者：唐忠朴 主编

页数：110

字数：170000

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>

作者简介

唐忠朴生于1928年，四川省万县市人。

1960年毕业于中国人民大学新闻系，在北京从事新闻工作20余年。

1980年开始研究广告学，主编出版了我国改革开放后的第一部广告学专著《实用广告学》。

1984年参与创办厦门大学新闻传播系广告学专业，被聘为兼职教授，其后曾任北京广告公司顾

书籍目录

第一章 概述 一、电视广告发展的轨迹 二、电视文物特性 三、电视广告的种类第二章 电视广告创作特点及其规律 一、科学化的讯息创造 二、系统化的作业流程第三章 电视广告创意 一、何谓创意？ 二、创意的基础 三、创意的原则第四章 电视广告主题 一、意念从何而来？ 二、怎样确定主题？ 三、主题的构思方法 四、主题的类型 1 主张概念 2 印象概念 3 提案概念 4 象征概念第五章 电视广告诉求方式与表现型态 一、诉求方式 1 理性诉求 2 感性诉求 3 道德诉求 二、表现型态 1 产品主角型 2 示范型 3 生活片断型 4 解决问题型 5 我人推介型 6 证言型 7 故事型 8 音乐型 9 幽默型 10 幻想型 11 特殊效果型 12 人格化型第六章 绘制故事板 一、故事板的功用 二、故事板的种类、规格 三、故事板的制作 四、从故事板到完成的电视广告影片实例第七章 电视广告制作 一、拍摄前的准备 二、摄制组的组成及职责 三、拍摄技巧 四、剪辑 五、音影同步及音效混合 六、电脑绘图及其在广告中的运用第八章 电视广告创作评论 一、我国电视广告创作现状及其特点 二、刻意创新，追求完美 三、掌握电视广告特性，创作具有促销力的好广告 四、注重文化品位，进一步提高电视广告创作水平第九章 中外电视广告优秀作品精选30则

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>