

《广播电视广告学》

图书基本信息

书名：《广播电视广告学》

13位ISBN编号：9787561516225

10位ISBN编号：7561516223

出版时间：2000-7

出版社：福建厦门大学

作者：朱月昌

页数：373

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《广播电视广告学》

内容概要

《广播电视广告学》的第一版于2000年7月由厦门大学出版社出版，到2006年6月已经印刷了七次。从完成第一版的书稿到今天，已经过去了七个年头。七年来，我国的广播电视事业不断变革，发展迅速。作为广播电视事业的一部分的广播电视广告，从体制到经营，到具体的操作层面，都发生了很大的变化。面对着广播电视数字化时代的到来，更大更深刻的变革已经启幕，因此《广播电视广告学》的修订势所必然。

《广播电视广告学》

作者简介

朱月昌 厦门大学新闻传播系教授，中国广告协会学术委员会常委，厦门市广告协会顾问，研究生导师

。80年代初，参与创办了中国大陆第一个大学本科广告学专业 - - 厦门大学新闻传播系广告学专业（1983年），提纲并完成了国家社科重点科研课题"新闻媒介的广告研究"，出版了

《广播电视广告学》

书籍目录

前言 上篇 广播广告 第一章 异军突起——电子传媒广播诞生 第一节 广播诞生的物质条件和内在因素 第二节 顶住压力生存壮大 第三节 我国的广播事业 第四节 不必忧虑 第二章 优劣长短——广播及广播广告 的个性 第一节 广播所使用的无线电波 第二节 广播媒介及广播广告的特点 第三章 广播广告 的要素 第一节 语言 第二节 音乐 第三节 音响 第四章 广播广告创意设计(上) 第一节 广告广告 的类型 第二节 认识创意 第三节 创意思考法 第五章 广播广告创意设计(下) 第一节 广播广告创 意个性 第二节 结构设计 第三节 演播设计 第四节 广告歌 第六章 广播广告的制作 第一节 拟定制 作方案 第二节 抓好演播 第三节 用好音乐 第四节 精心合成 第七章 广播广告编播 第一节 把好三 关 第二节 编排广告节目 第三节 后期工作 第八章 广播广告发展战略 第一节 走产业化路子 第二 节 整合资源 持续发展 优秀广播广告选介 馨波儿离子水广播广告创意策划书 下篇 电视广告 第一章 电视 ——又一电子传媒问世 第一节 电视的问世 第二节 电视事业的高速成长 第三节 我国的电视事业 第二章 认识“第一媒介” 第三章 电视广告的要素和类型 第四章 电视广告创意设计 第五章 电视广告 拍摄 第六章 电脑动画与特技 第七章 电视广告后期制作 第八章 广播电视广告管理 春兰环保节能冰箱 电视广告创意策划书

《广播电视广告学》

编辑推荐

《广播电视广告学》是由朱月昌编著，厦门大学出版社出版，《广播电视广告学》力争站在广播电视变革的前沿，分析变革的成败得失，总结变革的历史经验，探索变革的发展趋势。

《广播电视广告学》

精彩短评

- 1、谢谢啦· · 嘿嘿·
- 2、这本书是符合我自考本科的我很喜欢
- 3、今年10月份的自考我过了，虽然自考了六十几分。
- 4、不错 光滑 舒服 建议 可以买
- 5、感觉本书的素材比较陈旧了，特别是所具案例，都是若干年前的广播电视广告整体架构还行

《广播电视广告学》

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:www.tushu000.com