

<<广播广告创作>>

图书基本信息

书名：<<广播广告创作>>

13位ISBN编号：9787308043854

10位ISBN编号：7308043851

出版时间：2005-9

出版时间：浙江大学出版社

作者：杨乃近

页数：157

字数：95600

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>

<<广播广告创作>>

内容概要

随着我们生活内容的丰富，城市的扩张，生活板块越来越多，每个面积却越来越小，大块大块的时间没了，多出很多生活板块之间的衔接部分。

广播，就成了润色、充实这些衔接部分的主角。

本书是作者在接触和亲自创作大量广播广告的基础上总结出来的，很多创作方法都是实践的归纳，其中也有学生作品，都是反复修改的结果，希望对广播广告有兴趣的读者可以从中有所领悟和收益。其实，广播广告的很多创造规律是所有广告通用的，对文案的要求甚至比书面创造要求高，想练习文案写作的读者也可从本书里举一反三。

<<广播广告创作>>

作者简介

杨乃近，女，毕业于中国传媒大学（原北京广播学院）广告专业。
浙江传播学会会员，任教于浙江传媒学院，有丰富的广播电视广告创作经验和有效的教学方法。
著有《广播广告创作》、《电视广告创作》等专著。

<<广播广告创作>>

书籍目录

第一章 广播概论 第一节 广播的产生和发展 第二节 电台广播广告的出现 第二章 广播媒体的特性 第一节 广播的传播特性 第二节 广播的收听状况 第三节 广播广告的特性 第四节 充分发挥广播广告的独家优势 第三章 广播广告的语言 第一节 广播广告语言的表达技巧 第二节 广播广告语言的人声运动技巧 第四章 广播广告的音响 第一节 广播广告中音响的运用 第二节 广播广告中音响运用应注意的问题 第五章 广播广告的音乐 第一节 音乐在广播广告中的作用 第二节 怎样运用背景音乐 第三节 背景音乐的来源 第四节 广告歌曲的创作原则 第六章 广播广告创作(上) 第一节 活用语言、音乐、音响三要素 第二节 广播广告创作的有效思路 第七章 广播广告创作(下) 第一节 广播广告的表现形式 第二节 广播广告的播出形式 第八章 广播广告的制作 参考书目

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>