

<<电子媒介广告>>

图书基本信息

书名：<<电子媒介广告>>

13位ISBN编号：9787308045452

10位ISBN编号：7308045455

出版时间：2006-1

出版时间：浙江大学出版社

作者：卢小雁

页数：403

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>

## <<电子媒介广告>>

### 内容概要

本书尝试从电子媒介广告的基本原理和表现形式入手，展开对电子媒介广告实务的介绍——从策划设计到发布、测评和管理，从传统的电子媒介广告到新兴的电子媒介广告，从媒介特点、创作要领到制作手段，笔者旨在梳理一个比较详尽完整的框架。

但由于信息时代电子媒介技术发展迅速，加上新型电子媒介广告形式的不断涌现，所以存在新技术发展迅速，更新快，应用面越来越广泛的现实问题。

本书力求站在该领域的发展前沿，把握电子媒介广告相关学科、理论和技术各个层面的最新动态。

卢小雁：浙江大学新闻与传播学院副教授、硕士生导师。

## <<电子媒介广告>>

### 作者简介

卢小雁，男，1972年2月出生，1994年浙江大学工业设计专业本科毕业，同年任教于杭州大学（后合并为浙江大学）广告学专业，2000年获新闻传播学硕士学位，现任中国广告协会学术委员会委员、浙江省传播学会会员；浙江大学传播研究所副教授，兼任浙江大学人文教学实验中心常务副主

## &lt;&lt;电子媒介广告&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 电子媒介广告的基本原理和表现形式 第一节 电子媒介广告的基本原理概述 第二节 传统的电子媒介广告 第三节 多媒体技术与多媒体广告 第四节 国际互联网与网络广告 第二章 电子媒介广告的策划与设计 第一节 电子媒介广告策划概述 第二节 电子媒介广告设计的基本原理 第三节 电子媒介广告的视觉传达设计 第三章 电子媒介广告的发布、测评和管理 第一节 电子媒介广告发布方式 第二节 电子媒介广告的媒体策略 第三节 电子媒介广告效果测定 第四节 电子媒介广告监管 第四章 传统电子媒介广告的创作 第一节 广播广告创意手法 第二节 广播广告的制作 第三节 电视广告创意手法 第四节 电视广告的制作 第五章 网站策划与在线广告 第一节 Internet与网络广告概述 第二节 网站策划的主要内容 第三节 网页设计与制作 第四节 网站运行与推广 第五节 网络在线广告 第六章 电子多媒体广告和流媒体广告 第一节 电子多媒体和多媒体系统 第二节 电子多媒体广告的种类与应用 第三节 电子多媒体广告设计 第四节 流媒体广告的发展应用 第七章 电子媒介广告设计制作基础 第一节 电子媒介广告设计制作的硬件环境 第二节 电子媒介广告设计制作的软件系统 第三节 数字图形与图像技术 第四节 电脑动画技术 第五节 数字音频与视频技术 第六节 多媒体设计与制作基础 第八章 网络广告设计制作与发布 第一节 网络广告的调研与效果评估 第二节 网络广告的设计制作 第三节 网页设计制作的基础知识 第四节 网络广告设计制作主要工具软件的使用介绍 第九章 电子媒介广告制作技术与软件应用 第一节 多媒体格式转换和电脑图文制作 第二节 数字音频制作 第三节 数字视频制作和非线性编辑 第四节 多媒体演示广告的制作及实例 第十章 优秀电子媒介广告赏析(电视广告及网页广告) 主要参考文献 后记

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>