

<<电视策划新论>>

图书基本信息

书名：<<电视策划新论>>

13位ISBN编号：9787504338938

10位ISBN编号：7504338931

出版时间：2002-4-1

出版时间：中国广播电视出版社

作者：程鹤麟,任金州,张绍刚

页数：433

字数：310000

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>

<<电视策划新论>>

内容概要

作者以艺术散文式的笔法（一为全国艺术科学规划重点研究课题，二写法亦如此），闲谈漫笔，或给一面理性策划的规范，或撒几点启人发思的金豆，对于所有电视从业者尤其电视策划人来说，的确不无裨益。

作者思路分为三大块，第1-3章为看景，引入策划、电视的现状和结构；第4-7章为析景，属于“怎样让电视更好看”的策划实务；第8-12章是赏花，给出电视策划的范式和点子，说明了“电视这样更好看”。

<<电视策划新论>>

书籍目录

第一章 概论 一、危哉电视 二、策划当兴 三、策划的几个隐喻 四、呼唤策划第二章 走进电视 一、电视娱乐 二、电视艺术 三、电视焦点 四、电视人的角色 五、电视教育的功能 六、莫附庸风雅 七、甘于通俗 八、人人都爱看足球吗？

第三章 电视节目、栏目与制作 一、电视节目 二、电视栏目 三、电视制作第四章 策划人 一、谁是策划人？
二、动词和名词哪个重要些？
三、策划人的基本素质第五章 策划法则 一、电视策划的目标 二、电视策划的指向 三、电视策划的战略特性 四、电视策划的一般法则 五、坚持就是胜利第六章 策划技巧 一、实例一——《南级考察》 二、实例二——《相约星期六》 三、实例三——电影《红色恋人》 四、实例四——美国《读者文摘》 五、实例五——《北大专列》 六、实例六——《娱乐干线》 七、实例七——《博鳌亚洲论坛》 八、实例八——《生命20小时》第七章 策划关系 一、电视观众 二、广告经营 三、公共关系 四、媒体定位 五、包装推介 六、作秀 七、造星第八章 完全是电视的感觉.....第九章 从学讲故事开始第十章 制造自己的反应堆第十一章 做工个独特的自我第十二章 从电视节目的现状说起后记

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>