

<<广播广告理论与实务教程>>

图书基本信息

书名：<<广播广告理论与实务教程>>

13位ISBN编号：9787810853361

10位ISBN编号：7810853368

出版时间：2005-12

出版时间：北京广播学院出版社

作者：刘英华

页数：260

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>

## <<广播广告理论与实务教程>>

### 内容概要

《中国传媒大学广告专业系列教材：广播广告理论与实务教程》是作者在多年学习、研究和教学工作基础之上成的，力图将广播广告研究领域中的重要理论和具有实用价值的运作方法与操作技巧清晰地呈现出来。

本书先介绍了广播广告媒介本身——广播的基本理论及潜力开发，再讲述了广播广告从策划、创意、表现一直到播出的制作流程，具有很强的实用性。

《中国传媒大学广告专业系列教材：广播广告理论与实务教程》不仅会使广播广告一线从业者、在职或全日制脱产学习广告学专业的人受益，而且还对从事和学习与媒介相关的诸如社会学、心理学、自然科学以及艺术的人甚至是普通听众，都会从中学到有用的理论和技能。

## <<广播广告理论与实务教程>>

### 作者简介

中国传媒大学广告学院副教授、硕士生导师。  
主讲《广告学概论》、《广播广告》、《大众流行文化与广告》等课程。  
长期关注和深入研究广播这一当今受到传统优势媒介和新兴媒体双重夹击的弱势媒体，先后主持北京经济广播、中央人民广播电台文艺调频、北京音乐广播等多项广播媒体相关的专项研究课题项目。

## &lt;&lt;广播广告理论与实务教程&gt;&gt;

## 书籍目录

总序前言上篇 广告的声音&mdash;&mdash;有关广播媒介第一章 历史天空：广播及广播广告产业的发展脉络第一节 广播广告的技术准备&mdash;&mdash;广播在世界的起步一、无线电通讯二：无线电广播三、第一家广播电台四、早期的广播广告第二节 中国的广播、广播电台、广播事业及广播广告一、旧中国的广播事业以及广播广告产业二、当代中国的广播事业及广播电台广告经营模式的变化第二章 技术制高：广播媒介的技术常识第一节 声音一、声音的分类形式二、声音的物理属性第二节 广播中的声音一、广播中声音的物理性质二、广播中声音的心理性质三、广播广告的声音第三章 理论讲堂：广播媒介的理论前沿第一节 广播媒介概说一、广播的概念二、广播媒介在媒介分类中的位置三、广播媒介的特性第二节 广播媒介的环境分析一、广播媒介的政策环境二、广播媒介所处的媒介市场竞争与合作环境三、中国广播业：迎战WTO第三节 广播媒介的受众分析一、转型期广播媒介面对的受众人文环境变迁二、外部环境、受众生活意识与生活形态的多元化对广播媒介传播形态的影响三、广播媒介受众的现实分析第四章 前沿瞭望：广播媒体的潜力开发第一节 广播媒介显在改革的现实梳理一、节目内容二、广播频率专业化三、体制管理四、广播媒介经营模式及经营理念五、广播媒介产业化运作的理论梳理第二节 “网播”与“声播”互动的未来广播新构想一、网络广播与电网上网二、改变广播媒介命运的数字广播产业三、此“广播”非彼“广播”&mdash;&mdash;可听还可看的“网”广播下篇 声音的广  
告&mdash;&mdash;广播广告的属性第一章 广播广告概说第一节 广播广告的特性一、广播广告的定义二、广播广告的作用第二节 广播广告的优势与不足一、优势二、广播广告的局限三、我国广播广告存在的主要问题第二章 制作流水线：广播广告的创作第一节 创意空间：广播广告的创意与文稿写作一、广告创意二、广播广告的创意三、广播广告文案的写作第二节 制作坊(上)：广播广告声音三要素一、语言二、音乐三、音响四、广播广告声音三要素的结合第三节 制作坊(下)：广播广告的表现形式与制作一、广播广告的表现形式二、广播广告的制作第四节 播音台：广播广告的播出形式一、广播广告的节目编排二、广播广告的播出方式第三章 运筹指挥部：在媒介战略中的广播广告第一节 广播广告在媒介策略当中的位置一、选择媒体二、广播广告媒介策略附：全国卫星音乐广播协作网第二节 广播媒介与其他媒介的组合策略一、广播媒介的市场关联者分析二、加强媒介间的整合效用 / 三、广播媒介与其他媒介的组合四、广播在整合营销传播中的运用五、广播广告的效果测定附录 历届优秀学生广播广告作业记录一、肯德基快餐《爱妻篇》二、残疾人募捐公益广告《等待篇》三、西南航空公司企业形象广告《神鹰篇》四、吉百利巧克力产品广告《绕口令篇》五、易趣网站企业形象广告《说唱篇》六、世界戒烟日公益广告《日记篇》七、中国联通企业形象广告《抱怨篇》八、电影《英雄》宣传广告九、黑人牙膏产品广告《能立起来的牙膏篇》十、日清牌方便面产品广告《女生篇》十一、伊利牛奶产品系列广告《家庭篇》、《酸酸甜甜篇》参考书目和文献后记

<<广播广告理论与实务教程>>

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>