

图书基本信息

书名：<<影视广告制作教程-从接单到成片的全程指导>>

13位ISBN编号：9787810858069

10位ISBN编号：7810858068

出版时间：2006-11

出版时间：北京广播学院出版社

作者：和群坡

页数：200

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>

内容概要

《影视广告制作教程：从接单到成片的全程指导》的定位是影视广告摄制的入门课程，因此，力求使初学者对广告片制作相关的各个环节乃至很多细节都能够有所了解和掌握。

影视广告制作并不像作家写书一样可以一人单独完成，从接单到最后摄制完成，自始至终需要许多团队的参与。

在这一过程中既要与各式各样的机器设备打交道，更要与来自不同专业领域的人沟通和交流。

作者简介

和群坡 中国传媒大学广告学院教师，讲授《影视广告》、《视听语言》等课程，主要研究领域为影视广告和电影。

书籍目录

总序写在前面的话第一章接单一、影视广告摄制是一门生意二、竞标说明会第二章谁会参与这单生意一、广告公司的组织结构二、广告公司的灵魂部门——创作部第三章让我们来“脑力激荡”一、创意之前的科学流程二、头脑风暴第四章关于创意一、何谓创意二、什么是优秀的广告创意三、影视广告创意的表现手法四、几种巧妙处理创意的技巧五、向创意大师致敬第五章电视媒体的特征一、电视的特性二、电视影像构成要素三、影视广告的四大要素第六章视听语言——影视广告的创作语言一、前期拍摄二、后期剪辑第七章制作故事板一、怎样写文字脚本二、怎样制作故事板第八章用胶片还是录像带一、胶片拍摄二、录像带拍摄第九章去提案一、广告公司内部的审核二、给客户提案三、提案故事板格式第十章报价一、谁来摄制广告片二、摄制询价三、给客户报价第十一章开拍前要做的东西一、拍摄团队二、召开PPM(pre-production meeting)三、拍摄前的准备工作第十二章开拍了一、拍摄时要注意的问题二、拍摄方式第十三章后期制作一、后期制作的流程二、粗编三、声音制作四、精编完成专业词汇中英文对照参考书目致谢

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>