

# 《电视策划新论》

## 书籍信息

版次：1

页数：

字数：

印刷时间：2002年04月01日

开本：

纸张：胶版纸

包装：平装

是否套装：否

国际标准书号ISBN：9787504338938

## 编辑推荐

## 内容简介

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”。

## 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

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www.tushupdf.com](http://www.tushupdf.com)