

CLAVES DE LA PRODUCCION DE ANUNCIOS TELEVISIVOS LAS



MOLLA FURIO, DIEGO

SINOPSIS

Este libro construye un relato riguroso, basado por la experiencia de su autor en el sector publicitario. Manteniendo el esquema y las fases de construcción de un anuncio, se exponen las rutinas creativas, logísticas y técnicas en cuatro partes. La primera analiza el discurso publicitario. La segunda tiene como objeto de estudio la preproducción y la dinámica de trabajo, artística y logística entre el cliente, la agencia de publicidad y la productora. La tercera disecciona la fase del rodaje, periodo que aúna la parte artística con la técnica. La cuarta describe la fase de postproducción y la copia de emisión. ...



Editorial	UNIVERSIDAD OBERTA CATALUNYA
Materia	<Genérica>
Colección	SIN COLECCION
EAN	9788491800712
Status	Disponible
Páginas	296
Tamaño	155xx mm.
Peso	1
Precio (Imp. inc.)	29,90€
Idioma	Español
Fecha de lanzamiento	22/02/2018

Títulos relacionados



MEDIOS DE COMUNICACION EN LA SOCIEDAD EN RED, LOS (2ª ED)
CARDOSO, GUSTAVO



BASES GENÉTICAS DE LA CONDUCTA



ATENCIÓN TEMPRANA



CINEMA DE PROPAGANDA ALS EUA, EL
GIRONA, RAMON