# 《电视节目策划》教学大纲

 一、课程基本信息

 课程编号：011030

英文名称：TV Program Planning

授课对象：广播电视编导（电视编辑方向）、广播电视新闻学、摄影(电视摄影方向)、编辑出版学（新媒体方向）

开课学期：第六学期

学分/学时：2/32

先修课程：新闻理论（012060）、电视画面编辑（011016）、电视采访 （011017）

教学方式： 讲授

课程简介：在本课程中，将主要针对电视新闻节目进行类型、形态、结构、创作规律的分析，进而明确节目策划的原则，重点从收视率的角度讲述新闻节目的主体、视角、主题变化可能带来的收视效果的改变，目的是让同学们理解新闻创作的原则性要素以及核心竞争力，提高创作水平，具备宏观的节目考察能力，有效控制创作过程中的多种可能性。

二、课程教学目的和要求：

让学生掌握基本的新闻节目分类原则，明确各种类型的基本规律，并知道在不同规律的支配下如何完成创作，分析新闻，理解相同事件的多种表达，并能灵活运用。要求同学们自觉地了解新闻，大量阅读新闻以及各类评论，养成主动分析新闻的习惯。

三、教学内容与学时分配：

第一章：电视节目策划的外围因素（4学时）

重点内容：受众分析，收视率分析，电视节目特征分析

第二章：电视节目策划的一般过程（8学时）

重点内容：项目解读，创造卖点，激荡创意，介入实施过程，反省和评估

第三章：电视节目策划的一般原则（8学时）

重点内容：同类创新原则，注重实效原则，整体原则，开放原则，可操作原则

第四章：调查类新闻的策划（4学时）

重点内容：事件调查与话题调查，事件的层次分析，话题的预设原则

第五章：新闻编播中的策划方法（4学时）

重点内容：时政类编播原则，民生类编播原则、民生类策划方法论

第六章：新闻栏目的策划方法（4学时）

重点内容：频道以及栏目定位，栏目的总体布局原则，栏目设置与调整的依据

四、作业、实践环节：

同一新闻的五种不同表达，可以从主体、视角、切入点等不同环节着手，呈现不同表达对于新闻意义的影响

五、建议教材：

任金州主编，程鹤麟、张绍刚编.电视策划新论.北京：中国广播电视出版社，2002.

六、参考资料：

每天两种日报，一周至少一份新闻周刊，每月两本时尚类杂志