

<<POP设计>>

图书基本信息

书名：<<POP设计>>

13位ISBN编号：9787030206923

10位ISBN编号：7030206924

出版时间：1970-1

出版时间：科学出版社

作者：高乔，王丽莎 著

页数：82

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>

<<POP设计>>

内容概要

《21世纪高等院校艺术与设计专业规划教材：POP设计》由5章构成，主要内容包括手绘POP基本概念、手绘POP绘画工具、手绘POP绘制技法、手绘POP色彩基础、手绘POP海报结构设计等。通过典型范例的学习，读者可以轻松学习和掌握手绘POP广告的绘制技法和技巧。书中提供的成功案例，对于启发读者灵感、勇于创新大有帮助。

《21世纪高等院校艺术与设计专业规划教材：POP设计》可作为高校广告设计专业课教材，社会手绘POP广告设计培训班教材，想快速进入手绘POP广告设计行业的广大初学者实用自学指导书。

书籍目录

第一章 POP广告设计概述第一节 POP广告的定义第二节 POP广告的产生及发展第三节 POP广告的作用一、告知商品信息二、引发购买兴趣三、诱导购买行为四、表现售卖点的活力五、塑造企业形象第二章 POP广告的造型特点及类型第一节 POP广告的造型特点第二节 POP广告的分类一、按卖场空间的相对位置进行的分类二、按时间性进行的分类三、按陈列方式的不同分类四、按内容的不同分类五、按材料的不同分类第三节 POP广告的限制性一、空间局限二、整体协调难度高第三章 POP广告的设计第一节 POP广告的设计构思原则一、造型简练,设计醒目二、注意视觉识别上的连续性三、明确目的,防止喧宾夺主四、不失时机,强调现场效果第二节 POP广告的设计程序一、明示目标背景调查二、确认定位,初步构思三、选材预算,费用测算四、设计表现,完善创意五、设计制作,效果测试六、修改调整,客户确认七、交付使用,总结经验第三节 平面类POP广告的设计技巧一、平面POP广告设计二、色彩的语意三、手绘POP广告四、商业插画在POP广告上的应用第四节 立体展架类POP广告的设计技巧材料的应用第五节 POP广告的信息传达原则一、准确性原则二、逻辑性原则三、中心性原则四、艺术性原则第四章 精彩POP广告案例欣赏及设计方案解析第五章 POP广告的前景展望

<<POP设计>>

编辑推荐

《21世纪高等院校艺术与设计专业规划教材：POP设计》是一本面向艺术院系设计专业的教学用书，参编作者都是艺术院系设计教学中的一线教师和骨干，具有丰富的教学经验和严谨的治学态度。《21世纪高等院校艺术与设计专业规划教材：POP设计》深入浅出、语言流畅、通俗易懂、边讲边练，丰富的范例将手绘POP广告设计的方法和技巧进行了生动细致的描述。

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>