

<<广告设计原理>>

图书基本信息

书名：<<广告设计原理>>

13位ISBN编号：9787030329295

10位ISBN编号：7030329295

出版时间：2012-2

出版时间：科学

作者：张岩, 赵纬编

页数：220

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>

<<广告设计原理>>

内容概要

广告设计是随着广告行业的发展所形成的一个新型行业，同样也是信息传达的重要手段。随着社会的不断发展，面对日益激烈的市场竞争，广告逐渐成为商业运作中宣传企业形象文化、推广产品和引领消费者行为的一项重要手段。广告设计实现了技术与艺术的高度统一，其设计和运用中所蕴含的范围和内涵，在潜移默化之中深深地影响着人们的情绪，对人们的视觉和心理都产生着积极地推动作用，也正是如此，广告设计也越来越受到各个区域的高度重视。

由于广告设计是一种概念和创新思维突出的设计活动，且在实际操作中运用广泛，因此在学习过程中也需采用循序渐进的方式，由浅入深、由易到难。全书力求理论上的通俗易懂，将丰富且实用价值高的基础知识以基础配图和理论结合的方式教授给读者，并将每章节知识进行细致划分，每个小点均采用理论和实际运用结合的方式，最大限度的教会读者如何利用所学进行完整有效地设计。

本书的目的就是传授专业的广告设计技巧，教给大家如何最大限度地利用所学知识完成广告设计。全书共分9个章节，集广告的基础原料、广告心理学、广告思维策划、广告的各要素的设计要点等于一体，观点明确，图文并茂，通过实例分析丰富读者的设计理念，有助于提高审美眼光及掌握广告设计的应用技巧。

<<广告设计原理>>

书籍目录

广告设计基本原理

- 1.1 广告的概念
 - 1.1.1 广告的定义
 - 1.1.2 广告的基本理论
 - 1.1.3 广告的特点
- 1. 易于传播
- 2. 针对性强
- 3. 感官性强
- 4. 可存性强

基本理论应用——经典服饰橱窗广告

- 1.2 广告设计的任务
 - 1.2.1 信息的传递
 - 1.2.2 企业形象的树立
 - 1.2.3 给人审美感受
 - 1.2.4 激发购买欲望
- 1.3 广告的分类
 - 1.3.1 电子广告
 - 1.3.2 户外广告

基本理论应用——极富创意的户外广告

- 1.3.3 直邮广告
- 1.3.4 POP广告
- 1.3.5 印刷平面广告
- 1. 报纸广告
- 2. 杂志广告
- 3. 海报招贴
- 4. 宣传册
- 5. 包装广告

基本理论应用——给人深刻印象的平面广告

经典案例解析——形式简洁的音乐海报设计

- 2.1 广告心理学理论概述
 - 2.1.1 广告与广告心理学的关系
 - 2.1.2 心理学在广告中的应用
- 1. 吸引注意
- 2. 激发兴趣
- 3. 诱发联想
- 4. 满足情感需要

广告心理应用——发人深省的公益广告

- 2.2 不同消费者的心理特征
 - 2.2.1 吸引青少年群体的广告特征
 - 2.2.2 吸引成年群体的广告特征
- 1. 成年男性
- 2. 成年女性
- 2.2.3 吸引中老年群体的广告特征

广告心理应用——深受女性青睐的产品广告

- 2.3 广告受众的想象和暗示

<<广告设计原理>>

2.3.1 广告中的想象

1. 消费者对广告的理解
2. 熟悉感引发消费者想象
3. 消费者的想象规律

2.3.2 广告中的暗示手法

1. 暗示在广告中的心理效应
2. 直接暗示
3. 间接暗示
4. 反面暗示

2.3.3 暗示在广告中的应用

1. 产品优势的运用
2. 名人形象的应用

广告心理应用——富有想象力的香水广告

经典案例解析——营造温馨氛围的家居类广告设计

3.1 创意的来源

- 3.1.1 创意来源于生活的积累
- 3.1.2 创意来源于对市场的了解

3.2 创意思维的形式

- 3.2.1 逻辑思维
- 3.2.2 形象思维
- 3.2.3 综合思维
- 3.2.4 逆向思维

广告创意应用——富有创意的平面广告作品

3.3 广告创意的特征及原则

3.3.1 广告创意的特征

1. 丰富的想象力
2. 强烈的视觉冲击力
3. 让人为之震撼的感染力

广告创意应用——极具冲击力的海报设计

3.3.2 广告创意的原则

1. 独创性
2. 简明性
3. 关联性
4. 合理性
5. 新奇性
6. 包蕴性

广告创意应用——引人深思的公益广告

经典案例解析——强调速度的快递广告设计

4.1 广告策划的基本概念

- 4.1.1 广告策划的特点
- 4.1.2 广告策划的作用
- 4.1.3 广告策划的基本原则

1. 真实性
2. 针对性
3. 合法性

广告策划应用——针对产品特性的创意广告

4.2 广告策划的流程

<<广告设计原理>>

4.3 广告策划的内容

4.3.1 分析广告的环境

1. 地理环境
2. 物质环境
3. 经济环境

广告策划应用——寓意深远的公益广告

4.3.2 确定广告主题

1. 理性主题
2. 情感主题
3. 道德主题

4.3.3 确定广告创意

4.3.4 选择广告媒介

1. 印刷媒体
2. 电子媒体

经典案例解析——自然而清新的糖类广告设计

5.1 广告中的图形设计

5.1.1 图形语言的特性

5.1.2 广告中图形的功能

5.1.3 广告图形的设计准则

5.1.4 了解广告中图形的类型

1. 摄影型
2. 插画型
3. 装饰型
4. 混合型
5. 原创型

广告图形应用——充满诱惑的食品广告

5.2 广告中图形创作的方法

5.2.1 解构

5.2.2 同构

1. 正象同构
2. 共生同构

广告图形应用——创意无限的数码产品广告

5.3 广告中图形创作的模式

5.3.1 聚成类图形

1. 聚点图形
2. 聚线图形
3. 聚面图形
4. 迷视图形

广告图形应用——充满个性的报纸广告

5.3.2 光影类图形

5.3.3 文字类图形

1. 书写性文字图形
2. 质感性文字图形
3. 效果性文字图形
4. 综合性文字图形

5.3.4 共生类图形

1. 轮廓共生图形

<<广告设计原理>>

2. 正负共生图形

3. 局部共生图形

4. 整体共生图形

广告图形应用——艺术类、杂志类宣传广告

5.3.5 拟仿类图形

1. 仿结图形

2. 仿曲图形

3. 仿穿插图形

4. 拟人图形

广告图形应用——特色的卡通形象广告

经典案例解析——带来另类视觉冲击的鞋类广告设计

广告中的文字设计

6.1 广告中的文字设计准则

6.1.1 文字设计的原则

1. 注重文字的客观性

2. 赋予文字鲜明的个性

广告文字的应用——信息充分的报纸广告

6.1.2 文字字体的特征和使用类型

1. 端庄典雅

2. 坚固挺拔

3. 深沉浓厚

4. 欢快轻盈

5. 创意质感

6. 卡通趣味

7. 活泼可爱

8. 新颖奇特

6.1.3 字体设计的美感

6.1.4 字体设计上的创造性

广告文字应用——简洁的校园招聘广告

6.2 字体设计的准则和运用

6.2.1 字体设计准则

1. 字体的统一

2. 笔画粗细的统一

3. 斜度的统一

4. 空间的统一

广告文字应用——强调空间感的地产广告

6.2.2 字体设计的运用

1. 装饰文字的运用

2. 书法字体的运用

3. 字图的组合运用

4. 文字的意象运用

广告文字应用——个性突出的平面广告

5. 字体对比组合的运用

6. 字体和谐组合的运用

7. 字体排列组合的运用

广告文字应用——另类张扬的招贴广告

经典案例解析——富有创意的品牌广告设计

<<广告设计原理>>

广告中的色彩应用

7.1 色彩原理

7.1.1 色彩的概念

7.1.2 色彩的形成

7.1.3 色彩的要素

1. 色相

2. 明度

3. 纯度

7.1.4 色彩混合

1. 原色

2. 间色

3. 复色

广告色彩应用——色彩丰富的卡通广告

7.1.5 色彩的对比

1. 色相对比

2. 明度对比

3. 纯度对比

4. 补色对比

5. 冷暖对比

广告色彩应用——对比强烈的平面广告

7.1.6 色彩调和

1. 同类色的调和

2. 类似色的调和

3. 对比色的调和

广告色彩应用——色调利落的食物广告

7.1.7 色彩象征

7.2 广告设计中的色彩心理

7.2.1 了解广告色彩

7.2.2 广告色彩与消费心理

1. 红色

2. 橙色

3. 黄色

4. 绿色

5. 蓝色

6. 紫色

广告色彩应用——意义深刻的汽车广告

7.3 广告设计中的配色规律

7.3.1 把握色彩基调

7.3.2 对比与均衡

7.3.3 掌握节奏

7.3.4 强调的应用

7.3.5 灵活渐变

广告色彩应用——对比均衡的饮料广告

7.4 广告色彩运用原则

7.4.1 敢于突破一般的配色组合

7.4.2 还原产品真实色彩

经典案例解析——注重氛围的食品广告

<<广告设计原理>>

广告编排设计

8.1 广告编排设计的基本原理

- 8.1.1 思想性与单一性
- 8.1.2 画面具有艺术效果
- 8.1.3 趣味性与独创性
- 8.1.4 整体性与条理性

8.2 广告编排设计常用构图

8.2.1 常用构图方式

- 1. 水平构图
- 2. 垂直构图
- 3. 对称构图
- 4. 均衡构图

广告编排应用——元素多样化的平面广告

8.2.2 经典构图方式

- 1. 倾斜构图
- 2. 交叉构图
- 3. 中轴构图

广告编排应用——趣味十足的户外广告

8.2.3 造型构图方式

- 1. 圆形构图
- 2. S形构图
- 3. 三角形构图

8.2.4 特殊构图方式

- 1. 散点构图
- 2. 平列构图
- 3. 切入构图

8.3 广告编排设计的形式法则

8.3.1 视觉重心

广告编排应用——对比强烈的平面广告

8.3.2 视觉流程

- 1. 单向
- 2. 曲线
- 3. 反复
- 4. 发射
- 5. 耗散

广告编排应用——身临其境的平面广告

8.3.3 比例与分割

- 1. 比例
- 2. 分割

广告编排应用——巧妙分割的房产广告

8.3.4 空白与疏密

- 1. 空白
- 2. 疏密

经典案例解析——注重阐述理念的电子类广告设计

广告中的表现手法

9.1 艺术表现方式

9.1.1 强化感知度

<<广告设计原理>>

1. 突变手法
2. 异常比例手法
3. 撕裂手法
4. 变异手法
5. 反常手法
6. 对比手法
7. 省略手法
8. 焦点手法

广告表现应用——表现另类的广告创意

9.1.2 提高感知兴趣

1. 趣味手法
2. 幽默手法
3. 悬念手法
4. 漫画手法
5. 对称手法
6. 渐变手法
7. 添加手法
8. 合成手法

广告表现应用——让人会心一笑的广告作品

9.2 功能表现手法

9.2.1 延长感知时间

1. 模糊手法
2. 倒置手法
3. 移置手法
4. 错觉手法
5. 置换手法
6. 字形手法
7. 矛盾手法

广告表现应用——巧用移置的电器广告

9.2.2 增加感知深度

1. 借代手法
2. 联想手法
3. 比喻手法

9.2.3 注意画面的处理

1. 简洁手法
2. 渲染手法
3. 意境手法

广告表现应用——使人感同身受的药品广告

经典案例解析——运用综合手法表述产品性能的

相机广告

章节摘录

版权页：插图：

<<广告设计原理>>

编辑推荐

《广告设计原理》编辑推荐：打好设计基础，强化你的设计力，分析创意理念，提供丰富、多样的设计案例，创意与方法相结合，全方位学习各类广告设计技巧，结合大量精美案例，逐条讲解广告设计，知识，循序渐进，学会设计方法，详解广告心理学、广告策划、图形设计、色彩与编排，设计、广告的表现手法等内容，掌握设计关键要素，分析各类优秀广告设计作品创意与表现，手法，激发灵感，提升设计水平。

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>