

<<广告策划与设计>>

图书基本信息

书名：<<广告策划与设计>>

13位ISBN编号：9787502597481

10位ISBN编号：7502597484

出版时间：2007-1

出版时间：化学工业出版社

作者：陈瑛

页数：148

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>

<<广告策划与设计>>

内容概要

《广告策划与设计（第2版）》系统阐述了广告策划与方案撰写、广告设计创意、广告设计与视觉传播、广告设计表现准则与手法、广告设计的媒体选择、广告策划与设计新趋势、广告管理与法规等多方面的内容。

《广告策划与设计（第2版）》内容丰富，并附有大量知名品牌广告的精美图片，对从事商品生产的管理人员及广告策划与制备人员有一定的参考价值，也可用于大专院校广告设计专业教材。

<<广告策划与设计>>

书籍目录

第一章 概论第一节 广告策划与设计的概念与本质第二节 广告策划与设计的分类与特性第三节 广告策划原则第二章 广告策划与文案撰写第一节 广告策划与市场调研第二节 广告文案的主要内容第三节 方案写作技巧第四节 评价广告策划案的标准第五节 广告策划案例第六节 广告策划文案习作第三章 广告设计创意第一节 广告创意的灵感来源第二节 广告创意思考方法第三节 文选创意资料搜集方法第四节 广告创意金字塔原理第五节 广告创意程序第六节 广告创意原则第七节 几则创意表现优秀的广告第四章 广告设计与视觉传播第一节 广告设计的视觉流程第二节 广告画面的构成元素第三节 广告文字应用第四节 广告图形应用第五节 广告色彩应用第五章 广告设计表现准则与手法第一节 广告设计表现的基本要求与准则第二节 广告表现手法的多样性第三节 广告设计的表现手法第六章 广告设计的媒体选择第一节 广告媒体第二节 报纸广告第三节 杂志广告第四节 广播广告第五节 电视广告第六节 促销广告第七章 新媒体广告第一节 新媒体的含义及特点第二节 新媒体广告第八章 广告策划与设计新趋势附录一 世界经典广告作品赏析附录二 楚天设计获奖作品附录三 学生广告设计习作作品参考文献

<<广告策划与设计>>

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>