

<<平面设计>>

图书基本信息

书名：<<平面设计>>

13位ISBN编号：9787506432283

10位ISBN编号：7506432285

出版时间：2005-9

出版时间：中国纺织出版社

作者：贾荣林

页数：132

字数：101000

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>

<<平面广告设计>>

内容概要

该教材内容包括了艺术设计学科的多个相关专业方向的教学课程，既有专业基础平台课和专业设计主干课程，又有对新课程和新专业领域的前瞻性理论研究。

在教材的整体把握上，既注重系统性和学术性，又兼顾普及性和实用性。

该系列教材的出版，对规范艺术设计专业教学体系、调整艺术设计课程结构、改进艺术设计教学内容与方法、完善当代艺术设计专业教学体系，提升艺术设计教育教学水平，将会起到积极的作用。

我相信，这套系列教材不仅可以为高校艺术设计教育教学提供理论和实践的参照，也为广大艺术设计领域的从业者和专业爱好者的知识更新和设计创作提供有益的参考。

<<平面广告设计>>

书籍目录

第一章 概述 第一节 广告的定义 一、广告的经济属性 二、广告的传播学属性 三、广告的艺术学属性 四、广告的信息学属性 第二节 广告的要害 一、广告主 二、广告代理 三、广告受众 四、广告费用 五、广告媒体 第三节 广告的类型 一、品牌广告 二、机构广告 三、销售广告 四、政治广告 五、公益广告 六、互动广告 七、活动与庆典广告 八、文化广告 九、概念广告 十、招贴广告 第四节 广告简史 一、原始形态的广告 二、广告媒介大众化时期 三、现代广告业发展时期 四、当代广告 第五节 广告传播的发展 第六节 当代广告文化 一、设计作为文化 二、当代设计文化的特点 第七节 广告设计师应具备的能力 一、认知力 二、形象化的能力 三、接受新经验的能力 四、信息处理能力 五、创造的内驱力 第二章 平面广告设计的形态语言 第一节 符号性 一、形态——信息的载体 二、纯粹形态的精神容量 三、符号语言的三个层次 四、符号的意念表达 第二节 互动性 第三章 图形的形式与表达 第四章 平面广告创意作品欣赏 参考文献

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>