

<<现代广告设计>>

图书基本信息

书名：<<现代广告设计>>

13位ISBN编号：9787531438267

10位ISBN编号：7531438267

出版时间：2007-8

出版时间：辽宁美术

作者：王岩

页数：80

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>

<<现代广告设计>>

内容概要

本教材的编写方案是根据高职类视觉传达专业平面广告授课目标、授课要求，以及课时周期而制定的。

它也类似一部平面广告教学的教案，并朝着以使用性、实用性为主的高职类专业教学方向而努力。

本教材的整体内容和章节分配，依据高职类平面广告教学过程、课时分配展开，对以往在教学中反映出的普遍问题作了重点突出的表述，力求让学生收到短、平、快的学习效果，以凸显职业教育的特色。

主要内容有平面广告设计概念、平面广告设计要素、平面广告设计程序、广告媒体运用与设计、分类广告设计技法等。

另外，本书也具有参考书的作用，书中大量的图片、案例，可以为自学者提供辅导，也可以作为相关课题的研究参照。

书籍目录

概述第一章 平面广告设计概论 第一节 平面广告设计的面纱 第二节 平面广告的概念 第三节 平面广告设计的职能划分第二章 平面广告设计要素 第一节 图形 第二节 文字 第三节 色彩 第四节 文案 第五节 版式设计第三章 平面广告设计大要 第一节 半面广告的创意 第二节 平面广告的定位 第三节 平面广告设计的程序第四章 广告媒体运用与设计 第一节 报纸广告 第二节 杂志广告 第三节 招贴广告 (Poster) 第四节 直邮广告 (DM广告) 第五节 户外广告 第六节 购买点广告 (POP广告) 第七节 网络广告第五章 分类广告设计技法 第一节 商业广告 第二节 文体广告 (文化广告) 第三节 公益广告第六章 平面广告设计作业 第一节 案例教学 第二节 构思创意 第三节 草图观摩 第四节 制作方式演示 第五节 制作过程 第六节 作品评价

编辑推荐

《现代广告设计》的编写方案是根据高职类视觉传达专业平面广告授课目标、授课要求，以及课时周期而制定的。

它也类似一部平面广告教学的教案，并朝着以使用性、实用性为主的高职类专业教学方向而努力。

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>