

<<广告设计基础>>

图书基本信息

书名：<<广告设计基础>>

13位ISBN编号：9787532251087

10位ISBN编号：753225108X

出版时间：2007-4

出版时间：上海人美

作者：崔生国

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>

<<广告设计基础>>

内容概要

广告设计基础系统地讲述了广告设计的基本理论，以大量的优秀广告为范例，深入浅出地讲解了广告设计的创意设计方法，可以给学习者最直接、最实在的学习指导。

设计是一个大学科，广告设计只是其中一项，各种设计存在的方式、目的各不相同，但设计方法和思维处理上却是可以融会贯通。

设计教学上的学科界线模糊化亦成为事实，但专业学科的系统化和深入化也同时存在，这两者并不矛盾，一方面要求我们全面学习了解各个专业，另一方面要求我们有深入系统的研究，横向纵向双方面共同发展我们的设计能力。

本书是作者从事设计教育和广告设计多年的积累和总结，力求用最简洁有效的表述，帮助学习者最短时间内掌握广告设计的创意方法。

<<广告设计基础>>

作者简介

崔生国，毕业于无锡轻工大学设计学院，现执教于上海师范大学美术学院设计系。

是畅销的设计教材《色彩构成》、《图形设计》的作者。

他同时是一位优秀的平面设计师，其作品多次参加海内外各种设计展览并获奖，其中包括第六届全国书籍装帧艺术展览暨评奖银奖、香港设计师协

<<广告设计基础>>

书籍目录

前言第一章 广告设计概论 一 广告定义 二 广告历史 三 广告意义 四 广告类别 五 广告标准第二章 广告设计要素 一 广告文字 二 广告图形 三 广告色彩 四 广告版面第三章 广告创意设计 一 广告情感创意 二 广告文案创意 三 广告图形创意 四 图形表现手法 五 系列广告设计第四章 广告媒体形式 一 报纸广告 二 杂志广告 三 招贴设计 四 户外广告 五 其他广告第五章 广告设计流程 一 市场调查研究 二 设计目标定位 三 创作意念构思 四 深入发展完善 五 制作修改发布第六章 广告设计教学 一 课程介绍 二 作业练习 三 学习建议

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>