

<<招贴广告>>

图书基本信息

书名：<<招贴广告>>

13位ISBN编号：9787533019013

10位ISBN编号：7533019016

出版时间：2004-8

出版时间：第1版 (2004年1月1日)

作者：滕学祥编

页数：100

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>

<<招贴广告>>

内容概要

艺术设计已不再是可有可无的时髦词汇，艺术设计与社会文明、社会经济、居住环境以及人的生活方式从画没有像今天这样息息相关，艺术设计已缠绕在每一个人的周围，伸手可得、挥之不去。

本书力求以新的视点、新的思考去揣摩传统艺术设计与现代艺术设计之间的血脉关系，追寻传染沿袭，呼喊创新立意，我们做的仅仅是举例、提示、引导，而不是深层次的探究；苦于能力与篇幅所限，不能对艺术设计的创作原理在宏观上展开研讨，只能把描述的重点指向艺术设计的表现形式与表现方法，力求扩展形式的内涵，丰富手法的处理，在个例中找创意，在全局中找规律；作品介绍分层次、分类别、分阶段，精选之中附有点评，选择作品的角度抛弃之偏见和个人的喜好，特别值得一提的是选用了新世纪以来国际上发表的一些最新的优秀作品，供受众欣赏。

<<招贴广告>>

书籍目录

第一章 招贴广告概述 招贴广告的概念 招贴广告的特点 招贴广告的历史与发展 招贴广告的分类 商业招贴广告 公益招贴广告 文化艺术招贴广告 主题招贴广告 第二章 招贴广告的创意 招贴广告的创意 创意过程 搜集信息 开阔思路 明确目的 自由联想 酝酿构思 实现创意 创意金字塔 吸引注意 保持兴趣 建立信服 增强欲望 促使行动 第三章 招贴广告设计的基本要素 招贴广告设计的基本要素 图形 图形招贴广告中图形的应用原则 色彩 招贴广告色彩的应用原则 文字 标题 副标题 正文 口号 印鉴 标志和签名 文字设计的应用 第四章 招贴广告的编排设计 招贴广告的编排设计 可视性 逻辑性 视觉流程规律 视线的诱导因素 编排设计中的空间运用 空间力 空白的运用 第五章 招贴广告的表现 招贴广告的表现 设计原则 动态 比例 简洁 对比 和谐 设计技巧 想象 颠倒 联系 比喻 删节 调整 第六章 招贴广告的设计制作程序 招贴广告的设计制作 创意构思 构图布局 制作正稿

<<招贴广告>>

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>