

图书基本信息

书名：<<高校艺术教育“十二五”规划教材?艺术设计系列 广告设计>>

13位ISBN编号：9787535046154

10位ISBN编号：7535046150

出版时间：2011-4

出版时间：海燕出版社

作者：郭新生 主编

页数：174

字数：210000

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>

书籍目录

第一章 现代广告设计概述

案例导入：广告的类型 2

第一节 现代广告的概念与作用

第二节 现代广告的本质与功能

第二章 现代广告的演变与趋势

案例导入：可口可乐百年广告中的主题形象特征

第一节 现代广告的历史演变

第二节 现代广告的发展趋势

第三章 现代广告的媒介类型与特征

案例导入：商业广告在不同媒介中的设计特征

第一节 现代广告中的传统媒介

第二节 现代传播媒介类型与特性

第四章 现代广告设计原理

案例导入：巴西哈瓦那人字拖“平凡之处见真情”——打造世界顶级品牌

第一节 现代广告设计观念

第二节 现代广告设计策略

第五章 现代广告策划与创意

案例导入：耐克的传奇品牌

第一节 现代广告策划

第二节 现代广告创意

第六章 广告的设计与实施

案例导入：金都富春山居的广告文案探析

第一节 广告文案写作

第七章 广告赏析

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>