

<<广告设计师大全手册>>

图书基本信息

书名：<<广告设计师大全手册>>

13位ISBN编号：9787536230033

10位ISBN编号：7536230036

出版时间：2007-6

出版单位：岭南美术

作者：黄建军

页数：120

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>

<<广告设计师完全手册>>

内容概要

或许你还只是美院的一名在校学生，或者你已经跨出学校大门却没有找到一份理想的工作，或许你已经工作数年却一直在原来的工作岗位上徘徊不前，当大家都在思索自己的专业方向与发展前途时，或许你真应该看看这本书。

本书从设计行业大扫描到设计师基本技能与素质的自我评定、求职面试的方法和技巧，再到设计的流程与实践操作，甚至设计进阶——如何成为更优秀的设计师都有详细的介绍。当然，还有很多好玩的东西在里面，自己慢慢翻吧。

想把尚是设计新手的你装备成一名素养全面、技术过硬的优秀设计师吗？想做设计新人类吗？那么，好好看看这本书吧。

<<广告设计师完全手册>>

书籍目录

第一章 行业介绍篇 广告行业透视 第一节 广告是什么 第二节 广告的渊源与发展 第三节 中国当代广告业 第四节 国外广告业 第五节 中国当代广告的创意、设计和制作 第六节 设计师的工作和收入 第七节 设计师的构成与需求 第八节 广告发展趋势 第九节 设计师职业前景 第二章 自我评定篇 设计师的基本技能与素质要求 第一节 广告的作用 第二节 广告公司的职能 第三节 创作部与设计师 第四节 设计师的基本技能 第五节 设计师的素质 第三章 求职自助篇 进入广告业 第一节 广告业的类型 第二节 广告公司的性质 第三节 设计师的工作职责 第四节 获取招聘信息 第五节 了解招聘单位情况 第六节 争取面试机会 第七节 面试前的准备工作 第八节 面试中应注意的问题 第九节 面试中需了解的问题 第十节 面试结束 第十一节 试用 第四章 职务胜任篇 广告的创意、设计与制作 第一节 好广告的标准 第二节 中国当代广告设计的历程 第三节 设计思维 第四节 广告的创意、设计、编排 第五节 广告设计 第六节 广告制作中的电脑实际操作 第七节 从设计稿到印刷品 第五章 自我开拓篇 设计师进阶 第一节 如何提高自己以适应将来 第二节 设计师与客户、产品（服务） 第三节 设计中的科学与艺术 第四节 设计师与其他创作人员 第五节 开自己的公司

<<广告设计师完全手册>>

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>