

<<平面设计>>

图书基本信息

书名：<<平面设计>>

13位ISBN编号：9787564510695

10位ISBN编号：7564510692

出版时间：2012-11

出版时间：郑州大学出版社

作者：徐键

页数：164

字数：270000

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>

<<平面广告设计>>

内容概要

<平面广告设计>共分为五个版块：

在“平面广告的背景知识”中，主要通过对平面广告概论、发展史以及广告程序的基本描述，使学习者对平面广告有基本的认识。

在“平面广告的基本原理”中，则通过对平面广告中视觉传达要素的拆解，以及图文编排原理的阐释，加，七广告创意思维的诠释，使学习者能够掌握平面广告设计的技巧原理。

在“平面广告的相关技术”中，对于平面广告传统和现代的两种制作技术加以介绍。

在“平面广告的媒体分类”中，将“报纸广告”、“杂志广告”、“直邮广告”、“招贴，“告”、“包装广告”、“售卖点广告”、“户外广告”和“网页广告”等常见的平面广告形式加以罗列介绍，并从设计特点和设计方法两方面进行了论述，还附以“经典作品欣赏”予以佐证。

最后，在“平面广告的设计体验”中，描述了平面广告设计中的三个典型案例，让学习者体验现代广告设计中的思维与技巧，以此对前面章节中的理论作技术层面的补充。

本书是一本适宜于高等院校广告专业学生、广告从业者、广告爱好者学习使用的高级版本的实用型教材。

<<平面广告设计>>

书籍目录

第一篇 平面广告的背景知识

1 平面广告概论

1.1 广告的认知与描述

1.2 平面广告的定义

1.3 平面广告的功能和价值

2 平面广告的历史沿革

2.1 平面广告与人类文明

2.2 平面广告与印刷技术

2.3 平面广告与市场活动

2.4 平面广告与现代艺术

2.5 平面广告与现代科技

3 平面广告程序

3.1 广告策划

3.2 广告设计

3.3 广告反馈

第二篇 平面广告的基本原理

4 平面广告解析

4.1 平面广告的科学性和艺术性

4.2 平面广告的构思与表现

4.3 平面广告的视觉传达要素

5 平面广告的图文编排

5.1 编排设计的意义

5.2 编排设计的功能

5.3 编排设计的“三定”

5.4 编排设计的目标

5.5 编排设计的法则

5.6 编排的构成原理

5.7 编排设计的顺序

5.8 编排设计的类型

6 平面广告的创意思维

6.1 平面广告创意的概念

6.2 平面广告创意的基本理论

6.3 平面广告创意的表现方法

第三篇 平面广告的相关技术

参考文献

后记

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>