

<<广告设计>>

图书基本信息

书名：<<广告设计>>

13位ISBN编号：9787802439412

10位ISBN编号：7802439418

出版时间：2012-4

出版时间：中航出版传媒有限责任公司

作者：骆媛 编

页数：122

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>>

内容概要

《全国高等教育十二五精品教材：广告设计》全书依照广告设计策划与创作实践活动的基本过程和规律，结合广告设计案例进行讲解，系统地介绍了广告设计的基本理论与实践方法，其内容主要包括广告设计概述、广告创意与表现手法、广告中的图形、广告中的文字、广告中的色彩、广告中的版式以及广告的媒介形式等。

本书结构清晰、知识全面、图文并茂、案例生动、贴近实际、实用性强，既可作为高等院校艺术设计相关专业的教材，也可作为广告艺术从业者的职业教育与岗位培训教材，对于广告社会自学者也是一本非常有益的参考读物。

<<广告设计>>

书籍目录

第一章 广告设计概述第一节 广告与广告设计一、什么是广告二、广告的起源与发展三、什么是广告设计四、广告设计与艺术设计的关系第二节 平面广告设计的任务和原则一、有效地传递商品或服务信息二、刺激消费者的购买欲望三、树立良好的企业和品牌形象四、给人以审美感受第三节 广告设计与广告策略一、什么是广告策略二、广告策略的分类思考与练习第二章 广告创意与表现手法第一节 广告创意思维一、广告创意的概述二、广告创意的思维方式三、广告创意的思维类型第二节 广告创意表现手法一、写实表现法二、富于幽默法三、对眈衬托法四、台理夸张法五、借用比喻法六、连续系列法七、神奇迷幻法八、突出特征法九、谐趣表现法十、悬念安排法十一、以情托物法十二、以小见大法第三节 学生获奖作品评析思考与练习第三章 广告中的图形第一节 图形及其分类一、图形概述二、图形的分类第二节 图形在广告中的运用一、符号性图形二、夸张性图形三、幽默性图形四、简洁性图形五、文字性图形思考与练习第四章 广告中的文字第一节 文字概述第二节 广告文字的表现形式一、文字的表象装饰二、文字的意象构成三、文字的图形表达四、文字的编排应用思考与练习第五章 广告中的色彩第一节 色彩在视觉设计中的作用一、唤起人们的情感二、产生不同象征意义三、强调主题的重点第二节 色彩的时代特征第三节 通过色彩对比进行广告设计一、以明度对比为主的画面二、以色相对比为主的画面三、以纯度对比为主的画面思考与练习第六章 广告中的版式第一节 版式设计概述一、版式设计的概念二、版式的形式美法则三、视线的引导第二节 版式中的构成元素一、点二、线三、面思考与练习第七章 广告的媒介形式第一节 广告媒介的概述第二节 各类广告媒体的优劣势分析一、报纸二、杂志三、电视四、广播五、互联网 (Internct) 六、户外设施七、POP—销售现场广告八、DM—直接邮寄广告九、包装第三节 广告媒介的选择一、扩大销售额时的媒介选择二、增加市场占有率时的媒介选择三、树立企业或产品形象时的媒介选择四、结合目标市场的媒介选择五、结合营销环境的媒介选择第四节 广告媒介组合一、媒介组合的功能二、媒介组合策略思考与练习参考文献

<<广告设计>>

编辑推荐

广告设计是通过图像、文字、色彩等视觉元素，结合广告媒体，表现广告创意的一种艺术形式，从而实现既定的商业目的或公益宣传目的。
要想创作出优秀的广告作品，就需要对广告设计的原理及方法进行系统地学习，以及多欣赏优秀的广告作品。

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>