

<<创意营销手绘POP百货>>

图书基本信息

书名：<<创意营销手绘POP百货>>

13位ISBN编号：9787806741764

10位ISBN编号：7806741763

出版时间：2005-8

出版时间：广西美术出版社

作者：陆红阳

页数：95

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>

<<创意营销手绘POP百货>>

内容概要

作为销售点广告的POP形式有很多，而销售场所中最直接、最有效的是手绘POP的广告形式，本册将重点介绍在百货超市中的手绘POP。

在超级市场中，日用百货类的商品与人们的生活息息相关，产品的种类也是琳琅满目，就是同种产品都会有诸多不同的厂家牌子，它们同置于一处，任消费者自行选择。

除了依靠产品的包装、价格等诸多因素共同作用使消费者产生购买动机以外，POP广告作为一个“沉默的推销员”也起到了至关重要的作用。

生活日用百货是人们生活的必需用品，设计者在设计此类商品的POP广告时，应充分了解商品的特点及商家的销售策略，同时对同类竞争的商品加以观察与研究，然后按照个人独特的构思，用最直接的艺术语言把商品最具诱惑力的信息表达出来。

此类POP广告应第一考虑的是在销售场所的环境下，站在一个消费者的角度去构思，将视觉的感受放在第一位。

<<创意营销手绘POP百货>>

作者简介

陆红阳，1987年毕业于中央工艺美术学院，同年分配入广西艺术学院任教。

现为广西艺术学院副教授，硕士生导师。

曾出版的专业论著有：《现代设计学校》、《基础图案设计丛书》、《中外图形运用》、《形象画艺术》、《图案设计作品集》、《超速营销POP丛书》、《设计色彩丛书》、

<<创意营销手绘POP百货>>

书籍目录

百货营销(美容)POP 百货营销(医药)POP 百货营销(服饰)POP 百货营销(文体)POP 百货营销(综合)POP

<<创意营销手绘POP百货>>

编辑推荐

POP 广告在扮演推销的角色的同时也要具有一定的审美情趣，是一种商业与艺术的结合体。

POP的插图通常用易为大众接受的卡通形象，或幽默，或夸张，形式比较灵活。

本书着重从生活必需品内容方面来介绍POP。

书中作品都以手绘的海报形式呈现，风格多样，表现形式各异，希望能成为你学习POP的好帮手。

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>