第一图书网, tushu007.com

# <<招贴设计>>

## 图书基本信息

书名：<<招贴设计>>

13位ISBN编号：9787811274219

10位ISBN编号：7811274213

出版时间：2009-5

出版时间：中国传媒大学出版社

作者：侯立平

页数：98

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

第一图书网, tushu007.com



## 前言

信息时代的来临，使信息的密集程度越来越高，传播速度越来越快，人们在不断寻找比语言文字表达思想传递信息更快速、更便捷、更明了、更概括的手段，视觉图形为满足这一需要而得到广泛的应用，国家、企业、社团、个人往往通过视觉语言——广告的形式来树立各自的形象、传达各自的理念，而经济的高速发展与技术的日新月异，又使广告在人类的衣食住行中扮演着越来越重要的角色。它不仅以无限丰富的变换着的画面而令人赏心悦目，更重要的是，它以明了迅捷的方式传递着当今人们赖以生存的包罗万象的资讯，人们越来越离不开广告，它影响着我们的思想观念，引导干预着我们的行为。

学校是广告人才的培养基地，对广告教学的探讨是时代赋予教师的使命。

笔者在从事广告教学与广告实践中，遇到的最大问题是视觉形式的语言与语意之间的关系，怎样使视觉形式准确地传达内涵，是广告设计的重点与难点。

而广告设计的误区是将视觉画面作为一种空洞的形式来经营，使广告失去视觉传达的功能。

另外，当视觉形式与其传达的内涵发生错位，受众在解读广告画面时产生歧义。

同样也是广告设计的失败。

再者，广告的信息传达不是被动的，应当发挥自身的能动性，以新奇悦目的画面引起受众的注意，进而劝服受众、引导受众，实现广告的功能。

招贴是广告的重要表现形式之一，也是广告教学的专业主干课程，将招贴设计的构思方法与该课程的授课方式相结合呈现出来，写成此书，应用于教学，以满足广告教学与实践的需要。

本书以理论讲述与图片评析相结合的方式，讲述了招贴的一般知识、招贴设计所应遵循的一般规律，在图片选择上，尽可能容纳中外各种表现手法的经典之作，以使读者从中获益。

第一图书网, tushu007.com

# <<招贴设计>>

## 内容概要

学校是广告人才的培养基地，对广告教学的探讨是时代赋予教师的使命。
笔者在从事广告教学与广告实践中，遇到的最大问题是视觉形式的语言与语意之间的关系，怎样使视觉形式准确地传达内涵，是广告设计的重点与难点。
而广告设计的误区是将视觉画面作为一种空洞的形式来经营，使广告失去视觉传达的功能。
另外，当视觉形式与其传达的内涵发生错位，受众在解读广告画面时产生歧义，同样也是广告设计的失败。
再者，广告的信息传达不是被动的：应当发挥自身的能动性，以新奇悦目的画面引起受众的注意，进而劝服受，众、引导受众，实现广告的功能。

招贴是广告的重要表现形式之一，也是广告教学的专业主干课程，将招贴设计的构思方法与该课程的授课方式相结合呈现出来，写成此书，应用于教学，以满足广告教学与实践的需要。

《21世纪广告基础教材：招贴设计》以理论讲述与图片评析相结合的方式，讲述了招贴的一般知识、招贴设计所应遵循的一般规律，在图片选择上，尽可能容纳中外各种表现手法的经典之作，以使读者从中获益。

第一图书网, tushu007.com

# <<招贴设计>>

## 书籍目录

前言第一章 招贴的概念第一节 广告概念的演变第二节 广告的媒介形式及招贴的概念第二章 招贴的历史第一节 古代招贴第二节 现代招贴第三章 招贴的分类第一节 不同类别招贴的特征第二节 不同类别招贴的点评分析第四章 图形创意与表现第一节 图形创意的方法第二节 图形构成的方法与想象第三节 图形形式的表现方法第五章 招贴的创意第一节 从概念创意到图形创意第二节 从图形创意到广告作品第六章 招贴设计课程的教学过程第一节 招贴设计（Ⅰ）授课过程第二节 招贴设计（Ⅱ）授课过程第七章 优秀招贴作品赏析第一部分 社会性招贴第二部分 商业性招贴

第一图书网, tushu007.com

# <<招贴设计>>

## 章节摘录

第一章　招贴的概念　　招贴是一种重要的广告形式，学习招贴的知识还需从广告谈起。

第一节　广告概念的演变　　广告作为一门学科来说，具有很强的综合性，同时又具有很强的实践性和操作性。

广告的概念在实践中产生、发展，受到实践深刻的影响。

在广告课程教学中，让学生在学会广告设计实践技能的同时理解和掌握广告的理论知识是十分必要的。

因此，对招贴设计这门课程的讲授，我们从广告的概念开始谈起。

说起广告，人们常常理解为“广而告之”，但广告的确切含义并非这四个字可以含括。

“广告”一词是外来语，追溯它的词源应当是拉丁文“Advertere”，英文“广告”一词“Advertising”正是由“Advertere”演变而来，它的意思是“注意”或“诱导”。

在中文中，“广告”一词出现较晚。

它的首次出现是在20世纪初辛亥革命期间，在《辛亥革命——武昌清房档案》中人们发现了这个词汇，但它的含义与今天我们所说的“广告”的内涵不同，是“广泛地宣告”的意思。

……

第一图书网, tushu007.com



## 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