

## <<广告设计作品赏析>>

### 图书基本信息

书名：<<广告设计作品赏析>>

13位ISBN编号：9787040093247

10位ISBN编号：7040093243

出版时间：2001-7

出版时间：赵玉晶、王伟建 高等教育出版社 (2001-07出版)

作者：赵玉晶，王伟建 著

页数：170

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>

## <<广告设计作品赏析>>

### 前言

本书是中等职业学校实用美术类专业教育部规划教材《广告设计与制作》的配套作品集。

主要目的是为了开阔学生眼界，使学生能欣赏到一些成功的、优秀的、高水平的广告设计作品，以提高学生的艺术修养及专业水平。

本书精选了近这些年来国内外一些广告设计实例图片，使学生了解当前国际广告设计发展的水平，并通过作品点评对广告设计的内涵有一些理解和认识。

本书中广告作品英文部分由张军翻译，日文部分由夏英立翻译；王静、李志伟、王波参与编写；该书由赵玉晶、王伟建主编，王同旭副主编；部分作品选用了哈尔滨大学工艺美术系装潢专业和哈尔滨师范大学艺术学院艺术设计系张国鹏、丁金毅、刘戈、姜涛、刘洪斌等同学的毕业设计实习作品。

在本书编写过程中，得到了陈玉林、夏为、余雁、那泽民等同志的大力支持，在此一并表示衷心的感谢。

## <<广告设计作品赏析>>

### 内容概要

《广告设计作品赏析》是中等职业学校实用美术类专业教育部规划教材《广告设计与制作》的配套作品集。

全书分作品分析和作品赏析两部分，内容包括招贴广告设计、报纸广告设计、杂志广告设计、宣传单广告设计等。

为便于师生参考学习，作品分析部分中的每幅作品均配有文字点评。

书中选择了大量有代表性的广告设计作品，并有一些知名品牌的广告设计，供师生学习参考、借鉴创新。

《广告设计作品赏析》适用于实用美术专业、工艺美术专业、艺术设计专业，也可作为广大专业及业余美术爱好者使用。

## <<广告设计作品赏析>>

### 书籍目录

前言 广告设计简述 作品分析 作品欣赏

## <<广告设计作品赏析>>

### 章节摘录

插图：现代社会中的广告信息无所不在、无孔不入，它和人们的衣食住行息息相关。

然而，这些广告并不都是尽善尽美的。

随着人们的生活水平和文化素养的普遍提高，人们更偏爱于准确快捷、幽默风趣、创意独特、品位高雅的广告设计，这些广告很容易被人们接受，产生的效果也很显著。

广告设计是指广告设计师对广告内容及其表现形式进行构思、预制的过程。

广告的完成是依据广告设计这一重要环节来实现的，其中包括市场调查、广告创意、广告设计的表现形式、绘制草图、制作正稿等。

广告业是一种信息产业。

广告设计就其传递信息、表达意念的功能而言也可以称之为信息传递艺术。

所以，广告除具有艺术感染力，还必须科学地传递信息。

因此，广告设计必须依据信息内容，通过艺术构思，运用一定的艺术表现手段，塑造鲜明生动的视听形象，使之具有艺术的美感。

一、广告设计的目的广告设计是为了满足人们物质文明和精神文明的创造性思维活动，它是运用鲜明生动具有艺术美的形象，将广告信息清晰地传达给人们，来唤起人们的认知与了解诉求的内容，引导消费者建立新的消费观念和与之相关联的价值观，以及生活方式。

因此，广告设计不仅要具有实用价值，还要满足人们的审美情趣。

二、广告设计的表现形式广告设计的表现形式多种多样，通常所说的表现形式包括直接陈述的表现形式、名人推荐的表现形式、情节表现的形式、幽默夸张的表现形式、对比说明的表现形式、比喻象征的表现形式、超现实主义的表现形式等。

三、广告设计的范围广告设计的范围一般包括商业类广告设计和非商业类广告设计两大类。

其中，商业类广告设计又包括产品广告设计、商品广告设计和劳务信息广告设计；非商业类广告设计主要指除了商业类广告设计以外的各种广告设计。

## <<广告设计作品赏析>>

### 编辑推荐

《广告设计作品赏析》由高等教育出版社出版。

<<广告设计作品赏析>>

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>