

<<广告设计>>

图书基本信息

书名：<<广告设计>>

13位ISBN编号：9787040263275

10位ISBN编号：7040263270

出版时间：2009-8

出版时间：高等教育出版社

作者：刘境奇，占鸿鹰 编

页数：118

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

《广告设计（第2版）》是普通高等教育“十一五”国家级规划教材，也是国家精品课程“广告设计”的主讲教材。

《普通高等教育十一五国家级规划教材：广告设计（第2版）》主要内容包括广告概论、广告策略、广告创意、广告图形的创作、广告设计的表现、广告设计的构成要素、广告设计的版面编排、平面广告设计实操、广告设计赛事推介等。

《普通高等教育十一五国家级规划教材：广告设计（第2版）》着力使广告设计专业学生从接触本专业开始，便建立起专业的思考方法与表现能力，并且注重广告策略、广告创意与广告设计之间的均衡

。同时，培养学生从策略出发，到创意再到设计及执行的广告设计岗位职业素质，而不是训练学生做一些所谓“好看的广告美术”作品。

《普通高等教育十一五国家级规划教材：广告设计（第2版）》可作为高等职业院校、高等专科学校、应用型本科院校、成人教育艺术设计、广告设计与制作等专业的教学用书，也可供社会从业人士和广告爱好者参考阅读。

<<广告设计>>

书籍目录

第一章 广告概论第一节 广告的定义第二节 广告作品的评价标准第三节 广告设计职业岗位与能力第四节 广告设计构思前的作业第二章 广告策略第一节 广告策划的思考第二节 广告策划的路径选择第三节 广告整体策略第四节 广告策划案的撰写第三章 广告创意第一节 广告创意的思考第二节 广告创意的实证派与灵思派第三节 头脑风暴法第四章 广告图形的创作第一节 图形创作的方法第二节 图形创作的模式第五章 广告设计的表现第一节 广告设计的表现手法第二节 广告设计的表现形式第六章 广告设计的构成要素第一节 图形第二节 商标第三节 文案第四节 字体第五节 色彩第六节 空白与边框第七章 广告设计的版面编排第一节 广告版面的编排原则第二节 广告版面的编排方法第三节 广告版面的编排类型第八章 平面广告设计的实操第一节 报纸广告设计第二节 杂志广告设计第三节 路牌广告第四节 招贴广告第九章 广告设计赛事推介参考书目

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>