

<<广告设计>>

图书基本信息

书名：<<广告设计>>

13位ISBN编号：9787102053110

10位ISBN编号：7102053118

出版时间：2011-4

出版时间：人民美术出版社

作者：吴艺华 著

页数：233

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

《日本最新设计模板·广告设计》着重介绍了目前社会上运用得比较广泛的设计手段与广告形式，首先从平面类开始介绍，注重其不同的特点。

在日常生活的环境中，少不了广告的存在，但是其风格与环境的协调也是非常重要的，如何发挥其特点和功能，需要与环境设计师互相配合。

在动态广告中，使用的地方不同，风格也会不一样，《日本最新设计模板·广告设计》也对这种广告的风格与手法进行了分析，让人们广告设计能够有一个比较明确的了解。

<<广告设计>>

书籍目录

一 平面类1 海报一般规则/特殊禁忌案例精解：高雅/效果/交叉情调/形状/漫画精彩贴图2 报纸广告一般规则/特殊禁忌案例精解：强调/模仿/符号环保/飞机/人物精彩贴图3 杂志广告一般规则/特殊禁忌案例精解：艺术/色彩/人物构成/文字/借景精彩贴图4 书籍广告一般规则/特殊禁忌案例精解：图片/护腰/勒口书内/注目/漫画精彩贴图5 POP广告一般规则/特殊禁忌案例精解：打折/均一/商品选择/大抛售/食欲精彩贴图6 DM广告一般规则/特殊禁忌案例精解：新茶/房产/化妆品蔬菜/服务/家禽精彩贴图7 产品样本广告一般规则/特殊禁忌案例精解：精致/艺术/色块自由/青春/古典精彩贴图8 企业宣传册一般规则/特殊禁忌案例精解：象征/全面/人性生气/文化/对称精彩贴图9 名片广告一般规则/特殊禁忌案例精解：标志/名称/形式职务/地图/气氛精彩贴图10 餐巾纸广告一般规则/特殊禁忌案例精解：标志/图形/证书招工/声音/文字精彩贴图11 包装广告一般规则/特殊禁忌案例精解：感觉/爽快/力量精致/材料/亲切精彩贴图二 环境类12 户外广告一般规则/特殊禁忌案例精解：地上/壁画/环境大楼/装饰/通知精彩贴图13 灯箱广告一般规则/特殊禁忌案例精解：统一/大方/信息加灯光/菜单/严肃精彩贴图14 霓虹灯广告一般规则/特殊禁忌案例精解：单纯/效果/火焰大型/结合/造型精彩贴图15 电线杆广告一般规则/特殊禁忌案例精解：普通/强调/招牌图形/大众/旅馆精彩贴图16 车身广告一般规则/特殊禁忌案例精解：摄影/商品/企业节目/借用/学校精彩贴图17 地铁车身广告一般规则/特殊禁忌案例精解：儿童/人物/动感两边/展示/联动精彩贴图18 车内广告一般规则/特殊禁忌案例精解：真品/造型/边角模仿/展示/窗户精彩贴图19 旗帜广告一般规则/特殊禁忌案例精解：店名/装饰/节日通知/活动/快乐精彩贴图20 招牌广告一般规则/特殊禁忌案例精解：数字/图片/亲切整齐/人物/直诉精彩贴图21 橱窗广告一般规则/特殊禁忌案例精解：新年/企业/自然品牌/点/时尚精彩贴图22 展示广告一般规则/特殊禁忌案例精解：动感/模拟/笔插可爱/人物/说明精彩贴图三 动态类23 网络广告一般规则/特殊禁忌案例精解：情趣/插画/知识身边/广告名/气氛精彩贴图24 影视广告一般规则/特殊禁忌案例精解：房地产/耳机/电视节怪物/晚会/服装精彩贴图四 风格类25 公益广告一般规则/特殊禁忌案例精解：心理/地球/联想劝说/比喻/爱护精彩贴图26 文化广告一般规则/特殊禁忌案例精解：美感/工艺/研讨会/成人/兴趣精彩贴图27 商业广告一般规则/特殊禁忌案例精解：3D/自然/出血商品/情趣/场景精彩贴图28 活动广告一般规则/特殊禁忌案例精解：儿童/开店/狗节圣诞/店庆/纪念精彩贴图29 商品广告一般规则/特殊禁忌案例精解：色彩/食欲/引诱雄厚/说明/新鲜精彩贴图30 品牌广告一般规则/特殊禁忌案例精解：气氛/直接/亲切精致/时尚/人体精彩贴图31 企业名广告一般规则/特殊禁忌案例精解：图形/肌理/商品色块/文字/自由精彩贴图32 小信息广告一般规则/特殊禁忌案例精解：全面/会场/团体旅馆/企业/游乐园精彩贴图33 通知广告一般规则/特殊禁忌案例精解：开店/增加/新设奖品/感谢节/关店精彩贴图五 手法类34 单色广告一般规则/特殊禁忌案例精解：关注/强调/高级单纯/力量/便宜精彩贴图35 多色广告一般规则/特殊禁忌案例精解：梦幻/五彩/热闹效果/快乐/节奏精彩贴图36 附奖券广告一般规则/特殊禁忌案例精解：主角/大量/丰富简单/限定/绝品精彩贴图37 系列广告一般规则/特殊禁忌案例精解：色彩/版式/图片图形/过程/一种风格精彩贴图

<<广告设计>>

章节摘录

报纸广告 在我们的社会中，报纸是传达信息非常尊重的媒体之一，商品信息或企业的信息，以广告形式出现在报纸的专门版面中，我们称之为报纸广告。

一般规则 报纸广告已经有相当长的历史了，这与报纸的功能消息传达给公众，引起公众的关注是相联系的。

报纸是一种媒体形式，其最重要的作用是传播新闻。

报纸是以纸张为形式的印刷品。

报纸基本是以送到读者手中的形式传播的，所以刊登在报纸上的广告，也就随着报纸而进入读者中间。

同时，由于报纸是可以反复查阅的，因此，还可以从说明方面进行多次宣传。

报纸是最好的一种广告媒体的形式。

当然，报纸广告也有其特殊性，其一，因版面不同，广告的价格不一样。

其二，报纸本身的发行量决定了广告的影响力。

其三，不同报纸的固定读者是不一样的，在刊登广告时对此要有一个了解，否则其效果也会完全不一样。

虽然广告媒体是很好的工具，但是读者群是必须要正视的。

特殊禁忌 由于报纸是面向社会各种人群的，所以其社会的责任感也要非常明确。

有些非常专业的广告，却不一定适合在报纸上进行宣传，因为价格较高，而专业性却不能体现出来，这也是要注意的。

.....

<<广告设计>>

编辑推荐

其他版本请见：《日本最新设计模板·广告设计（第2季）》 《日本最新设计模板·广告设计》有40个设计模板，40套设计规则与禁忌，200个经典案例解析，200组色彩设计模板，800幅日本精彩设计。

<<广告设计>>

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>