

<<广告艺术设计>>

图书基本信息

书名：<<广告艺术设计>>

13位ISBN编号：9787111177241

10位ISBN编号：711117724X

出版时间：2006-3

出版时间：机械工业出版社

作者：沙强

页数：145

字数：165000

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>

<<广告艺术设计>>

内容概要

本书是根据全国高职高专艺术设计类专业规划教材的大纲编写而成，主要内容包括广告设计的概述、广告设计的基本原则、广告设计的程序、广告设计的构成要素、广告设计的创意、广告设计的版面编排与色彩计划、广告设计的艺术表现等。

本书精选了国内外各类广告实例170余幅。

加强了教学内容的直观性，每章开始前有学习目的，章末附有思考题。

本书是高职高专艺术设计类专业的统编教材，除作为专业教材外，也可以作为其他设计类专业的教学参考书和供广告业界的设计人员参考。

<<广告艺术设计>>

书籍目录

序言前言第一章 广告设计概述 第一节 广告的起源 第二节 广告设计的概念 第三节 广告的分类 第四节 广告设计的发展趋势 思考题 第二章 广告设计的基本原则 第一节 信息传达原则 第二节 美学原则 第三节 市场原则 第四节 品牌形象原则 第五节 商品个性原则 第六节 整合运作原则 思考题 第三章 广告设计的程序 第一节 设计广告的程序 第二节 广告目标的确定 第三节 广告设计的定位 第四节 广告主题要素的选择及展开 思考题 第四章 广告设计的构成要素 第一节 广告设计的内容要素 第二节 广告设计的形式要素 思考题第五章 广告设计的创意 第一节 广告创意的创造性思维 第二节 广告创意的过程 第三节 创意设计灵感与训练方法 第四节 图形创意设计 思考题第六章 广告设计的版面编排与色彩计划 第一节 广告版面编排的目的与法则 第二节 广告设计版面的编排类型 第三节 色彩在广告设计中的作用 第四节 色彩在广告设计中的运用法与设计程序 思考题 第七章 广告设计的艺术表现 第一节 广告设计的艺术表现功能 第二节 广告设计的艺术表现技法 第三节 广告设计的艺术表现手法 思考题 参考文献

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>