第一图书网, tushu007.com

<<广告游戏>>

图书基本信息

书名：<<广告游戏>>

13位ISBN编号：9787112106561

10位ISBN编号：7112106567

出版时间：2009-5

出版时间：中国建筑工业出版社

作者：陈原川

页数：127

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

内容概要

本书在第一版的基础上进行了修订，内容紧扣四周的广告设计课程展开，对广告设计的思维方式深入地进行了分析，对广告设计的创作进行了全新的尝试。
以游戏的心态来研究广告设计，带有很强的原创性、实验性，是广告设计创造性思维锻炼方法的实验教材。

第一图书网, tushu007.com

书籍目录

代序广告概述第一周　色彩游戏（色彩联想）　“ 红色 ”主题广告创意训练　“ 蓝色 ”主题广告创意训练　“ 黑色 ”主题广告创意训练第二周　文字游戏（字意空间）　“ 水 ”为主题的广告创意训练　“ 绿 ”为主题的广告创意训练　“ 气 ”为主题的广告创意训练第三周　联系游戏　“ 动物 ”主题广告创意训练　“ 昆虫 ”主题广告创意训练　“ 石头 ”主题广告创意训练　“ 蔬菜 ”主题广告创意训练　“ 水果 ”主题广告创意训练 无主题联系广告创意训练第四周　名字游戏（形象传播）　以学生自己名字作推广创意训练

章节摘录

第二周　文字游戏（字意空间）　　文字是人类特有的符号，是世界的巨大财富，是产生文明的工具。
从人类的发展来看，文字的产生、演变一直伴随人类的整个进程。
文字是与语言一起发展至今的。
从语言到文字，而文字又影响语言，从语言学来看可分：声音语言、动作语言和符号语言。
声音语言是以说唱的方式传递的；动作语言是以动态、表情等方式传达，而只有符号语言为人类独有，形成了不同于动物的特别传达方式。
人类的语言与文字是同步的，是特有的文明标志。
文字是不同于声音语言的传达信息方式，在设计上文字是视觉传达的重要组成部分，它是一种视觉化的传达战略手段。
文字不仅有直接的信息意义，同时文字还传达一种联想，想像，每个字又含有一定的字意空间，文字首先告诉你一些事，这事是以传统的方式思考的，然后文字可能会给你另一种解释和想像，这就是文字特有的魅力，可以说文字的字意空间是巨大的。

第一图书网, tushu007.com

<<广告游戏>>

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