

<<广告艺术设计（附1光盘）>>

图书基本信息

书名：<<广告艺术设计（附1光盘）>>

13位ISBN编号：9787302081586

10位ISBN编号：7302081581

出版时间：2004-7-1

出版时间：清华大学出版社

作者：雷波

页数：334

字数：467000

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（附1光盘）>>

内容概要

本书是一本为平面广告创意与设计领域的初学者编写的图书，内容涉及平面广告的分类、平面广告的创意方法、平面广告的常用表现手法等理论知识，并解析了包括手机、房地产、电子消费品、公益广告等领域在内的数十个精彩平面广告设计案例。

本书内容丰富、实用，案例精彩、生动，讲解细致、到位，无论是对于初学者还是中级学习者均有很大的学习和参考价值。

本书特别适合于希望从事平面设计工作的自学者用做自学教材，也适合于各类平面设计培训班用做培训教材。

<<广告艺术设计(附1光盘)>>

书籍目录

第1章 广告的基本概念 1.1 广告概述及定义 1.2 广告的类型 1.2.1 按目的划分 1.2.2 按媒体划分 1.2.3 按目标大众划分 1.3 两种主流平面广告媒体的特点 1.3.1 报纸广告的优点与不足 1.3.2 杂志广告的优点与不足 1.4 课后练习第2章 平面广告的设计 2.1 平面广告的设计原则 2.1.1 真实性原则 2.1.2 创新性原则 2.1.3 形象原则 2.1.4 感情性原则 2.2 平面广告的设计流程 2.3 各种平面设计软件在平面广告设计中的应用 2.3.1 Photoshop在平面广告设计中的应用 2.3.2 Illustrator在平面广告设计中的应用 2.3.3 PageMaker在平面广告设计中的应用 2.4 课后练习第3章 平面广告的创意 3.1 关于平面广告创意 3.2 广告创意的思维特点 3.3 广告创意的过程及程序 3.3.1 广告创意的过程 3.3.2 广告创意的程序 3.4 平面广告创意表现手法 3.4.1 直接展示 3.4.2 突出特征 3.4.3 对比衬托 3.4.4 合理夸张 3.4.5 运用联想 3.4.6 幽默夸张 3.4.7 借用比喻 3.4.8 选择偶像 3.4.9 谐趣模仿 3.4.10 超现实表现 3.4.11 双关 35 课后练习第4章 平面广告的设计要素第5章 平面广告人从业须知第6章 手机广告第7章 房地产广告第8章 汽车广告 第9章 电子消费品广告第10章 公益广告第11章 生活及公司形象广告附录A 广告艺术设计综合测试试卷附录B 广告艺术设计综合测试试卷参考答案

<<广告艺术设计（附1光盘）>>

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>