

<<平面创意设计与文案创作>>

图书基本信息

书名：<<平面创意设计与文案创作>>

13位ISBN编号：9787302238010

10位ISBN编号：7302238014

出版时间：2010-10

出版时间：清华大学出版社

作者：王艺湘 编

页数：183

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>

<<平面创意设计与文案创作>>

前言

平面创意设计若从空间概念界定，泛指现有的以长、宽二维形态传达视觉信息的各种媒体的广告；若从制作方式界定，可分为印刷类、非印刷类和光电类三种形态；若从使用场所界定，又可分为户外、户内及可携带式三种形态；若从设计的角度来看，它包含着文案、图形、线条、色彩、编排等诸要素。

据调查，广告效果的50%~75%取决于广告文案，可见文案在整个广告作品中具有举足轻重的地位，直接关系到整个设计活动的成败。

通常，一则广告可以没有画面、音响，但不能没有文字。

广告文案不仅是广告策划与广告创意的物化，而且是广告主题的集中表现，这样看来文案创作就显得尤为重要。

本书借鉴了平面设计史上一些优秀的广告文案，并结合近年来国内外设计界出现的一些较精彩的文案案例，对广告文案的基本原理、写作技巧等进行了深入浅出的分析，力求做到理论与实践并重，普及与提高兼顾，以期为文案创作提供一些理论与可操作性的指导。

<<平面创意设计与文案创作>>

内容概要

本书紧扣平面创意设计与文案创作的相关知识，强调各个设计环节之间的链接与融合，以创意和文案为主线进行循序渐进的介绍与分析。

第一部分从第1章到第6章，重点阐述平面创意设计的媒介、编排与色彩应用、字体与构图设计等内容；第二部分从第7章到第12章，重点介绍文案创作的类型、构成、语言表达等内容。

每章后面都有思考与练习题，使读者能较系统地了解平面创意设计和文案创作的基本理论，从理性和感性上培养创新思维能力。

本书适合高等院校艺术设计师生及平面设计人员使用。

<<平面创意设计与文案创作>>

书籍目录

第一部分 平面创意设计 第1章 平面创意设计原点分析 第2章 平面创意设计的视觉语言 第3章 平面创意设计的图形之美 第4章 平面创意设计的媒介 第5章 平面创意设计的编排与色彩应用 第6章 平面创意设计的字体与构图设计 第二部分 文案创作 第7章 文案创作原点分析 第8章 文案创作的类型 第9章 文案创作的构成 第10章 印刷品文案创作 第11章 信息分体文案创作 第12章 文案创作的语言表达 参考文献

<<平面创意设计与文案创作>>

章节摘录

插图：编排设计是以建立有序结构的理想方式为目的。

追溯起来，20世纪20年代的达达主义及构成主义运动，30年代的照相综合技术及拼贴手法的运用，使视觉传达功能得到重视并提高，因而可以视为现代编排设计的滥觞。

30-40年代的包豪斯风格派对理性形式的探索和实践，使编排设计向科学化、理性化发展，进一步完善了编排的功能。

到了60年代，美国的杂志版面设计产生了飞跃，表现在一些著名杂志“LIFE”，“FORTUNE”、“SHOW”、“RO-GUE”的新颖版面，奇迹般地层出不穷，竞相争妍，其影响力甚至波及欧洲和日本等国。

如今的平面设计更是极尽编排之能事，创造出一种奇妙的难以言传的潜在结构张力，吸引并左右着人们的视线。

各构成要素的编排是以突出重点为基础，从而达到浑然一体的效果。

编排设计自始至终要抓住人们的视线，以“瞬息间注目”为目的，做到比例适当、主次分明。

其焦点聚在最佳视域，恰似“众星拱月”、“绿叶扶花”一般，让观者在瞬息间凝聚视线，感受主体形象的视觉穿透力，对内涵的信息和意义即刻领悟在心。

<<平面创意设计与文案创作>>

编辑推荐

《平面创意设计与文案创作》：高等院校艺术设计类基础课规划教材

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>