第一图书网, tushu007.com

<<商业广告设计>>

图书基本信息

书名：<<商业广告设计>>

13位ISBN编号：9787302256212

10位ISBN编号：7302256217

出版时间：2011-7

出版时间：清华大学出版社

作者：周鸿，赵文　主编

页数：144

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

内容概要

周鸿、赵文主编的《商业广告设计》分为6章，全面讲述了广告设计和表达的相关知识，并提供了相应的训练方法和技巧。
第1章讲述广告设计的概念、操作流程和方法，使学生对本课程有一个由浅到深的了解；第2章讲述广告认知理论对广告设计的指导作用，使学生了解广告认知理论，能够创作有效的广告作品；第3章讲述广告思维的创意和表达形式的创意；第4章讲述广告文字、图形、色彩、意境的作用和表达方式；第5章讲述平面广告媒体的特征和表现形式，以案例指导学生具体操作实践；第6章讲述了户外广告、影视广告、网络广告的设计与表达方式。
另外，附录通过对优秀广告作品的欣赏和分析，帮助学生提高专业认知水平，从而实现从初学者到熟练设计师的转变。

《商业广告设计》可以作为应用型本科及专科院校艺术设计类学生的教材，也可以作为艺术设计工作者的参考书。

<<商业广告设计>>

书籍目录

第1章 商业广告设计概论
1.1 现代广告的定义
1.2 现代广告的分类
1.3 商业广告运作的一般流程
1.4 商业广告设计的起源及发展
第2章 商业广告设计与认知原理
2.1 商业广告设计与视觉传播原理
2.1.1 商业广告视觉传播的流程
2.1.2 商业广告设计的形式法则
2.2 商业广告设计与异质心理
2.3 商业广告设计与记忆原理
2.4 商业广告设计与注意原理
第3章 商业广告设计的创意
3.1 创意原则
3.1.1 创意来源
3.1.2 具体原则
3.2 创意过程
3.2.1 概念整理
3.2.2 概念表达
3.2.3 形象优化
3.3 创意思维
3.3.1 形象发散思维
3.3.2 逻辑集中思维
3.4 创意表现
3.4.1 形式表现
3.4.2 创意表现
第4章 广告构成要素在设计中的应用
4.1 文字语言在广告设计中的应用
4.1.1 文字在广告设计中的作用
4.1.2 文字在广告设计中的表现方式
4.2 图形语言在广告设计中的应用
4.2.1 广告图形的功能与意义
4.2.2 图形在广告设计中的表现形式
4.3 色彩语言在广告设计中的应用
4.3.1 色彩在商业广告设计中的作用
4.3.2 色彩的心理效应在广告设计中的影响
4.3.3 广告色彩的应用
第5章 平面广告媒体的设计
5.1 平面广告设计概论
5.1.1 平面广告媒体的特点
5.1.2 平面广告设计的任务
5.1.3 平面广告的设计流程
5.2 平面广告的编排设计
5.2.1 编排的原则
5.2.2 编排的空间处理

5.2.3 平面广告的编排方式
5.2.4 印刷制作及印后加工工艺
5.3 各种平面广告媒体的设计与表达
5.3.1 报纸广告
5.3.2 杂志广告
5.3.3 招贴广告
5.3.4 包装广告
5.3.5 直邮广告
第6章 其他广告媒体的设计与表达
6.1 户外广告媒体的设计与表达
6.1.1 户外广告的概念
6.1.2 户外广告媒介的特点
6.1.3 户外广告的设计
6.1.4 户外广告的制作
6.1.5 户外广告设计的步骤和方法
6.2 影视广告媒介的设计与表达
6.2.1 影视广告的特征
6.2.2 影视广告的设计过程与表达方法
6.3 网络媒体特征与设计表现
6.3.1 网络广告的特征
6.3.2 网络广告的分类
6.3.3 网络广告的设计要求和步骤
附录 优秀广告作品赏析
参考文献

第一图书网, tushu007.com

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