第一图书网, tushu007.com

<<广告设计与实战>>

图书基本信息

书名：<<广告设计与实战>>

13位ISBN编号：9787302278238

10位ISBN编号：7302278237

出版时间：2012-7

出版时间：清华大学出版社

作者：周杨静, 李金明, 编著

页数：142

字数：262000

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

周杨静、李金明编著的《广告设计与实战》介绍了广告的历史沿革，广告设计的思想演进，分析、探讨了广告创意理论和创意方法，并从广告图形、色彩、版面编排与构成设计，以及广告媒体的选择和传播效果评价方法等方面人手，总结和归纳出广告的创意精髓、制作和表现技巧，较为系统地阐述了广告设计与传播的基本原理和实践经验。
书中附图均是国内外优秀的广告设计作品，具有很高的学习和鉴赏价值。
风格多样的图例可以帮助读者更加直观形象地理解理论知识，同时配合教材中相关的课程作业，可以让读者在学习与实践中真正领悟广告创作的要点。

《广告设计与实战》适合作为高等院校广告类、艺术类及相关专业的教材，也可作为广告从业人员进行广告创意设计的参考资料。

第一图书网, tushu007.com

<<广告设计与实战>>

书籍目录

第1章 广告设计概述
1.1 概念认知
1. 2 广告溯源
1. 3 广告的功能和分类
第2章 广告创意与视觉表现
2.1 广告创意
2.2 创造性思维方法
2.3广告创意策略
2. 4 广告创意理论
2.5 广告创意方法
第3章 广告图形设计
3.1 广告图形
3.2 图形的创意
3.3 广告图形的表现方法
第4章 广告文字应用设计
4. 1 广告文字的组成
4.2 广告文字编排设计
第5章 广告色彩设计
5.1 广告色彩
5.2 商品的形象色
5.3 色彩配置原则
第6章 广告版面设计
6.1 广告的视觉流程
6.2 广告版面编排的基本概念
6.3 广告版面编排的构成模式
第7章 广告媒体
7.1 选择广告媒体
7.2 广告媒体的特点
附录1：全球五大知名广告设计奖
附录2：全球前五大广告集团
课程作业
参考文献

章节摘录

2.2.3 水平思维法 水平思维法又称“发散式思维法”，它是指创意思维的多维性和发散性。
这种思维法要求尽量摆脱固有模式的束缚，从多角度、多侧面去观察和思考，善于捕捉偶然发生的构想，从而产生意想不到的创意。
例如，在人们普遍考虑“人为什么会得天花”问题时，爱德华?琴纳考虑的则是“为什么在奶牛场劳动的女工不得天花？
”正是采用这种发散式思维法，使他做出了医学上的重大发现。
水平思维能弥补垂直思维之不足，克服固执偏见和旧观念对人的束缚，有利于人们突破思维定势，获得创造性构想。
它的发明者爱德华?戴勃诺曾经用一个有趣故事来描述水平思维法。
他说：“古代有个商人破产，欠了高利贷主很多钱。
高利贷主看中了商人美丽的女儿，明知他还不了钱，却硬要他马上还，否则就要拉他去坐牢，要么就以女儿抵债。
于是高利货主想出了一个花招，说在自己口袋里放进一黑一白的两颗石子，让女孩子去碰运气，如果从袋里摸出黑石子，便要卖身抵债；摸出白石子便可免债务。
随后他偷偷地从地上捡了两颗黑石子放在口袋里。
这时女孩子看得清清楚楚，她想：如果当场揭穿他的阴谋或拒绝取石子，高利贷主必然会恼羞成怒，拉他父亲去坐牢，如果顺从地取出黑石子，便毁了自己。
这些都是常人解决问题的方法，也就是用垂直思考法来处理问题。
但女孩子应用水平思考法，另出新招：她毅然从高利贷主口袋中取出一颗石子，故意失手将它跌落在布满黑白二色石子的地上。
然后说：真对不起，石子在地上找不着了，不如看看你口袋里剩下的是什么颜色，如果是黑色的，就证明我取出的是白色的了。
高利贷主袋里的石子当然是黑色，只好哑巴吃黄连，女孩子救了自己，父亲也免了债务。
”

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