

<<数字广告设计与制作>>

图书基本信息

书名：<<数字广告设计与制作>>

13位ISBN编号：9787304048341

10位ISBN编号：7304048344

出版时间：2010-7

出版时间：中央广播电视大学出版社

作者：沈海晖 主编，丁荔芳 编

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>

<<数字广告设计与制作>>

内容概要

本书从数码时代广告设计的角度出发，从市场应用到设计和设计表现的思考，从大处到细微处，从一般种类到新媒体知识等方面，详细地分析与归纳了实践中常用到的理论知识。

本书对设计师的理论和设计思考创意有一定指导作用，同时也是一本理论知识和实践指导相结合的综合性书籍。

本书共10章，包括广告概述、广告设计的定位和设计流程、广告设计的构成要素、广告的版式构图设计、广告的文字应用与排列、广告的色彩设计、广告的图形创意设计、广告创意、广告新媒体的应用以及数字广告的制作。

在每章后都配有自测题，能够让学习者复习学到的广告设计知识和要点。

<<数字广告设计与制作>>

书籍目录

- 1 广告概述
 - 1.1 广告的历史渊源
 - 1.2 广告的含义
 - 1.3 广告的特征
 - 1.4 广告的功能
 - 1.5 广告的影响
 - 1.6 广告的种类与特点
 - 1.7 广告设计的内涵与演变
 - 2 广告设计的定位与设计流程
 - 2.1 广告设计的定位
 - 2.2 广告的设计流程
 - 3 广告设计的构成要素
 - 3.1 文字要素
 - 3.2 非文字元素
 - 4 广告的版式构图设计
 - 4.1 广告版式设计的意义
 - 4.2 广告版式设计的构成原理与规律
 - 4.3 广告版式设计的基本形式
 - 5 广告的文字应用与排列
 - 5.1 广告文字的意义、功能和类型
 - 5.2 广告文字的创意与编排
 - 6 广告的色彩设计
 - 7 广告的图形创意设计
 - 8 广告创意
 - 9 广告新媒体的应用
 - 10 广告的制作
- 致谢

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>