

<<广告策划与创意设计>>

图书基本信息

书名：<<广告策划与创意设计>>

13位ISBN编号：9787313072351

10位ISBN编号：731307235X

出版时间：2011-05-01

出版时间：上海交通大学出版社

作者：陈原川，刘维亚，马新宇 编

页数：121

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>

<<广告策划与创意设计>>

内容概要

《高等学校艺术设计类专业“十二五”规划教材·创意大师产学研融合系列丛书：广告策划与创意设计》的内容涵盖了广告策划、广告创意的原则及表现手法等诸多基础理论，并在理论知识的基础上与设计实践进行了相应的结合，详细介绍了诸如市场调查与分析，广告策划与编排，广告效果测定与预算等具有实践指导性的内容。

书中融入了作者几十年来的教学实践、设计心得，可供各艺术院校的教师、学生及专业设计师教学参考。

作者简介

陈原川，1992年毕业于无锡轻工业学院设计系并留校任教。
现为江南大学设计学院视觉传达系主任。
长期致力于教学、研究与设计工作，曾从事汉字意象及中国图形观念性设计，组织并参与了大量国内、国际活动。
多次参加国内海报邀请创作，汉字海报作品曾参加德国、日本、美国、瑞士的海报展览，并被海报博物馆收藏。
2003年创办了视觉动力设计研究中心，旨在倡导国际间的设计交流活动，同年与设计同仁组织了"x动力"设计节，并使x动力设计活动正式成为和政府合作的长期活动。

<<广告策划与创意设计>>

书籍目录

第一章 广告策划概论第二章 广告策划中的市场调查与分析第三章 广告策划的核心策略规划第四章 广告创意设计概论第五章 广告设计的创意原则、创意表现第六章 广告创意的表现手法第七章 创意形态的编排第八章 广告媒体的策划应用第九章 优秀广告策划案例分析第十章 广告的效果测定与预算参考文献

<<广告策划与创意设计>>

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>