

<<广告设计>>

图书基本信息

书名：<<广告设计>>

13位ISBN编号：9787501939992

10位ISBN编号：7501939993

出版时间：2007-3

出版时间：中国轻工业出版社

作者：许之敏

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>

<<广告设计>>

内容概要

《广告设计》于2001年9月经教育部中国高等职业技术教育研究会组织专家评估，被列为专家推荐教材。

《广告设计》是在中国高等职业技术教育研究会指导下，由全国15个省、市、自治区、30余所高职院校参与策划、审稿、编写工作，使该教材具有一定广泛性，适合全国各地区高职院校使用，同时可供本科艺术设计专业选用。

<<广告设计>>

书籍目录

概述作业与思考题第一章 广告的基础知识第一节 广告的来源与发展第二节 广告的本质与属性第三节 广告的功能与分类作业与思考题第二章 广告的基本原理第一节 广告信息原理第二节 广告需求原理第三节 广告说服原理作业与思考题第三章 广告设计的基本策略第一节 广告设计产品定位策略第二节 广告设计的创意策略第三节 广告设计的表现策略作业与思考题第四章 广告画面的设计第一节 广告画面的构成要素第二节 广告画面的编排第三节 广告画面的表现作业与思考题第五章 广告的文字设计第一节 广告印刷字体的设计第二节 广告图形创意字体的设计第三节 广告文字的编排设计作业与思考题第六章 广告色彩的设计第一节 广告色彩的含义第二节 广告色彩的表现特征第三节 广告色彩的表现形式作业与思考题第七章 印刷媒体广告设计第一节 印刷媒体广告的分类第二节 印刷媒体广告的设计第三节 印刷广告的制作作业与思考题第八章 电子媒体广告设计第一节 广播广告设计第二节 电视广告设计第三节 网络广告设计作业与思考题主要参考书目附图

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>