

<<平面设计>>

图书基本信息

书名：<<平面设计>>

13位ISBN编号：9787532248773

10位ISBN编号：7532248771

出版时间：2007-6

出版时间：上海人美

作者：黄建平

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>

<<平面广告设计>>

内容概要

一个纷繁多元的时代、一个个性张扬的时代、一个思潮泛滥的时代、一个新人辈出的时代，在这个激荡的年代里，广告成为极富前瞻性和挑战性的事业，“PK”、“时尚”、“刷新”成为我们的日常用语，有想象力和创新意识的设计师，要不断提高自己作品的新锐性和完美性，才能使广告在情感上拨动人心，在形式上唤起共鸣。

本书从广告设计的风格历史、理论法则、图形语言、创新思维、形式设计、媒介运用等方面入手，详尽阐述了广告设计的特质与奥秘，并着重展开对新锐广告作品的解析与论述。在撰写过程中例举了许多作品，力求通过视觉交流来沟通一些概念，阐明广告设计的基本规律和基本方法。

<<平面广告设计>>

书籍目录

前言第一章 平面广告设计的历史风格 第一节 早期的平面广告设计 第二节 工业化初期的平面广告设计 第三节 新艺术运动的平面广告设计 第四节 装饰主义风格的平面广告设计 第五节 现代艺术运动的平面广告设计 第六节 单纯主义风格的平面广告设计 第七节 现代主义平面广告设计 第八节 后现代主义的平面广告设计第二章 平面广告设计的构成要素 第一节 广告图形 第二节 广告文字 第三节 广告色彩 第四节 广告版式第三章 平面广告设计的创意方法 第一节 比喻和象征 第二节 夸张表现 第三节 图形同构 第四节 虚构表现第四章 平面广告设计的类型和特点 第一节 公益性广告设计 第二节 商业性广告设计第五章 平面广告的媒介设计 第一节 报纸广告 第二节 杂志广告 第三节 户外平面广告 第四节 平面POP广告第六章 平面广告设计的系统流程 第一节 平面广告设计的操作程序 第二节 平面广告设计流程案例分析 “F1”主题广告创意设计过程 中国设计专题展主题广告设计过程后记

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>