

<<广告设计基础教程>>

图书基本信息

书名：<<广告设计基础教程>>

13位ISBN编号：9787532255986

10位ISBN编号：7532255980

出版时间：2008-6

出版时间：上海人民美术出版社

作者：(瑞士) 伯坦肖 (瑞士) 玛恩 (瑞士) 巴福特 著

页数：176

译者：侯新鹏

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>

<<广告设计基础教程>>

内容概要

《广告设计基础教程》介绍了创间广告的关键元素，它一步一步引导着读者深入了解创意广告的每一阶段：如成功广告的计划、构思、创作、制作和执行等各个步骤。

广告是公认的高创意性和高视觉性的媒体，这一生动实用的书籍包括了摄取于现实广告中丰富的视觉实例，这结实例涉及一到了各种媒体的应用，并辅有文字说明。

众多的练习和项目资料不但进一步强化了书中所展示的理论，同时还鼓励了广告创意思维的实际性应用。

<<广告设计基础教程>>

作者简介

肯·伯坦肖（Ken Burtenshaw），作为广告界的艺术总监和资深艺术指导，肯·伯坦肖拥有丰富的从业经验。

他曾为系列平面和电视广告创作广告概念，同时负责整体过程的创作和制作。

从2001年开始，肯开始在南汉普顿索伦特大学教授广告学的本科课程。

<<广告设计基础教程>>

书籍目录

如何最大限度地使用本书简介广告公司的架构第一章 媒体选择招贴环境媒体报纸与杂志电视与电影广播直邮广告在线广告第二章 广告的计划 and 策略广告公司还需要知道什么？
市场调查广告计划的循环第三章 创意大纲大纲所扮演的角色大纲的产生大纲的内容第四章 创意理念
创意团队研究与熟练创意的生成广告词的撰写概念的视觉化第五章 艺术指导摄影和插画拍摄量体裁衣
广告字体一图胜千言第六章 广告业的未来变革中的产业产业前景附录结论参考资讯致谢

<<广告设计基础教程>>

章节摘录

第一章 媒体选择 招贴 19世纪80年代,英国传奇式的广告公司Collett、Dickenson和Pearee (CDP)开始大范围使用48和96整开尺寸的广告。Walls香肠和派克笔那些获奖广告把招贴业从电视媒体的阴影下拯救了出来,重新复兴了招贴的使用。这些招贴的成功在于图像和所传递信息的简洁性。

招贴媒体可以在短短的几秒钟内向那些匆忙经过的过路人传递广告所蕴含的信息。因此,招贴的创意媒体通常会使用那些诱惑性的标题并结合强有力的视觉效果来向观众“叫喊”出广告中明确简单的信息。

在英国,招贴的尺寸是通过以“整开(整张纸)”为单位来计算的,而在欧洲其他地区通常是用平方米来计算。

作为一种强有力、高视觉性、低成本的交流模式,招贴为广告从业者们提供了大量的机会。此外,被称作是室外广告的招贴可以不受环境和地域的影响,它可以以任何尺寸和形状出现。因此,融合在城市中的招贴成了城市风景的一部分。

和其他的媒体不同,只要有街道招贴就可以存在。

从19世纪后期招贴制作者开始在巴黎街头采用彩色平版方法印刷招贴时起,招贴就成了广告界流行的宣传媒体。

Pears香皂和之后的(Guinness一直延续了这一传统,创作出了那些永恒的招贴。

例如,从20世纪30年代早期到20世纪50年代,约翰·基尔罗伊(John Gilroy)曾为Guinness创作了一系列的招贴。

同时,他还为Guinness创作了一系列脍炙人口的广告语——如“强力的Guinness”、“美好的Guinness一天!

”和广为流传的著名的“我的女神——我的Guinness”等。

基尔罗伊在他创作的招贴中体现了其特有的个人风格——招贴中常使用袋鼠、鸵鸟、海狮、狮子、巨嘴鸟等多种动物形象。

其中的巨嘴鸟形象在日后成了和Guinness竖琴标识一样的标志性象征。

时至今日,招贴仍然保持着其重要的媒体地位,因为它可以用观众所能理解的语言向大数量的群体传递信息。

.....

<<广告设计基础教程>>

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>