

<<平面设计>>

图书基本信息

书名：<<平面设计>>

13位ISBN编号：9787532266159

10位ISBN编号：753226615X

出版时间：2010-6

出版时间：上海人美

作者：徐阳//刘瑛

页数：136

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

好的广告简单来说，就是创意+视觉表现，但如何将两者融合，确实不简单。

广告学类的学生重在概念，艺术设计类的学生，偏在视觉表现，两者如何融通，成为了教学关键，同时也成为今后从事广告实战的关键。

本书以此为着眼点，从策略入手，深入分析创意手法到视觉表现，特别是在案例分析上，图文并茂，做到与理论解析同步，同时配合教材还有相关课内外训练，让读者在教学与实训中能真正领会广告创作的要点。

## &lt;&lt;平面广告设计&gt;&gt;

## 书籍目录

第一部分 概念篇 第一章 概念认知 第一节 什么是广告设计 第二节 广告设计的功能——告知、说服、激发欲望 第三节 平面广告类别 第四节 广告之艺术 第二章 现代广告设计的历史与未来 第一节 现代广告的发展历程 第二节 现代广告设计的发展趋势 第三章 广告设计执行要素 第一节 广告设计的构成要素 第二节 广告设计操作流程 第四章 广告公司与广告行业 第二部分 创意篇 第五章 广告策略——广告之大创意 第一节 关于广告策略 第二节 关于广告策略创意——大创意 第三节 广告策略构架 第四节 策略创意准备 第五节 广告主要策略手法 第六章 广告创意 第一节 广告创意概念 第二节 好创意评价指南 第三节 创意生成源头——调研 第四节 创意简报 第五节 创意思维程序 第六节 两大主流创意思维方法 第七节 创意思维的几点要诀 第七章 创意技巧 第一节 创意概念的挖掘 第二节 广告创意精髓——以情制胜 第三节 一些成功的广告创意技法 第三部分 视觉篇 第八章 关于广告设计 第一节 广告设计与广告创意的关系 第二节 何为好的广告表现——优秀设计的评价标准 第三节 广告设计的流程 第九章 无缝合奏——图、文、色 第一节 图 第二节 文字 第三节 色彩 第十章 视觉格调 第一节 实用性格调 第二节 随和性格调 第三节 精神性格调 第十一章 版面要素 第一节 版面式样 第二节 信息量 第三节 动静性 第四节 图文率 第五节 文字跳跃率 第十二章 广告设计中的视觉艺术与视觉个性 第十三章 广告的视觉修辞与图形创意 第一节 概念认知 第二节 视觉修辞与图形创意手法 第四部分 媒体篇 第十四章 报纸广告 第十五章 杂志广告 第十六章 户外广告 第十七章 网络广告课程作业

章节摘录

广告公司是为客户提供广告创意、营销及其他商业服务的企业。

这些服务包括策划、创意、设计、制作、发布、营销等。

20世纪的80年代后期，一些著名的广告公司相互合并，形成了现在几大著名的全球性的广告集团，例如：

1. 奥姆尼康集团——全球规模最大的广告传播团。

全球广告业收入排名：第1位。  
下属主要公司：天联广告（BBDO）、恒美广告（DDB）、李岱艾、浩腾媒体。

2. Interpublic集团——美国第二大广告与传播团。

全球广告业收入排名：第2位。

下属主要公司：麦肯·光明（全球仅次于电通的第二大广告代理公司）、灵狮、博达大桥、盟诺、万博宣伟公关、高诚公关。

3. WPP——英国最大的广告与传播集团。

全球广告业收入排名：第3位。

下属主要公司：奥美、智威汤逊、电扬、传力媒体、尚扬媒介、博雅公关、伟达公关。

4. 阳狮集团——法国最大的广告与传播集团。

全球广告业收入排名：第4位。

下属主要公司：阳狮中国、盛世长城、李奥贝纳、实力传播、星传媒体。

5. 电通——日本最大的广告与传播集团。

全球广告业收入排名：第5位。

下属主要公司：电通传媒、电通公关。

这些航母式的广告集团服务的几乎是全球最具影响力的品牌。

例如WPP的广告客户：喜力啤酒、亨氏食品、诺基亚、罗氏制药、辉瑞、福特汽车、英美烟草、美国运通、AT&T、格兰素史克、IBM、雀巢、联合利华、飞利浦等超大型跨国公司的知名品牌。

除此而外，还有众多由个人经营的独立广告公司遍布全球，是广告行业的又一重要构成。

规模相对较小的独立广告公司，从其业务范围上讲，与航母式的广告集团或知名广告公司之间存在的最大差异，或者说突出优势是专一性，即具有特定行业服务的经验与优势。

编辑推荐

首创创意思维图谱，从策划，创意到视觉表现。

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>