

<<广告创意设计>>

图书基本信息

书名：<<广告创意设计>>

13位ISBN编号：9787532276998

10位ISBN编号：7532276996

出版时间：2011-12

出版时间：上海人民美术出版社

作者：莫军华

页数：120

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>

<<广告创意设计>>

内容概要

选择艺术设计专业，就是选择自由的理想，能够做自己喜欢做的事情是幸福快乐的。

我喜欢编书，是因为编书的过程就是一个再学习的过程。

可以向古人学、向今入学，通过研读先贤的哲学思想，可以找到我们前进的明灯；通过参阅当代策划大师的广告案例，可以挖掘我们发展的方向。

《中国高等院校艺术设计专业系列教材：广告创意设计》课程应该讲清楚两件事情，一是创意，二是设计。

创意是广告的核心，是商业竞争的武器，有创意则生，无创意则亡。

要有好的创意，除了书中概括出来的一些基本方法之外，还应该多学习、多看书、多研究。

设计是广告创意的表现环节，也是再创造的过程，广告作品的质量取决于设计师的设计能力。

通过专业训练，设计能力的提高是可以实现的，前提是教师的要求和学生的配合是否合拍。

教师的态度决定课堂气氛，同样，学生的状态影响教师的情绪。

所以，我在广告创意设计实践环节谨遵循序渐进的原则，从非商业广告创意设计课题训练入手，逐步向商业广告创意设计拓展，由易到难，学生比较容易掌握好基本方法。

<<广告创意设计>>

书籍目录

- 第一章 广告创意设计概述
 - 第一节 广告创意设计到的几本概念
 - 第二节 广告创意设计的属性
 - 第三节 广告需要大创意
- 第二章 广告创意设计类别
 - 第一节 非商业类的广告设计
 - 第二节 商业类广告设计
 - 第三节 广告创意设计发布的媒体形式
- 第三章 广告创意设计方法
 - 第一节 广告的创意方法
 - 第二节 广告创意的表现方法
 - 第三节 广告设计的制作方法
- 第四章 广告创意设计基础
 - 训练一 文化类广告
 - 训练二 公益广告
 - 训练三 商业广告创意设计
- 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>