

<<广告创意与案例分析>>

图书基本信息

书名：<<广告创意与案例分析>>

13位ISBN编号：9787533020835

10位ISBN编号：7533020839

出版时间：2005-9

出版时间：山东美术出版社

作者：臧丽娜

页数：176

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>

<<广告创意与案例分析>>

内容概要

中国艺术教育在近20年来发展迅速，使高校艺术专业在校生的整体水平有大幅度提高。另一方面，由于高校生大多是从高中直接升入大学，他们对美术学科知识领域的认识往往局限于应试知识的范围，对美术作为一门注重对历史人文传统的全面理解；注重学习过程中创造性思维与实践的自觉，注重艺术技能以情感表达为根据的经验性特质，这些学科重要特点的认识相对不足。

我们由这一分析形成了本教材的基本编写思路，其出发点可以概括为这样两点： 1 深化对技能知识的理解。

区别于过往教材从美术的具体技能知识展开的体例，本教材侧重通过学习经典作品，将对美术技能知识的学习和理解，与提高学生对技能知识的人文内涵领会，与创造性应用技术手段的自觉性培养相联系，力图提高学生对技能手段，作品视觉效果与情感表达和创造性探索之间内在关系的领悟能力。

2 以经典作品构筑学习空间。

教材是一门课程教学过程的知识平台，作为艺术教学，教材应给任课教师在教学过程中的创造性发挥提供充分空间。

本教材采取了少文字，多图版的编写方式，力求在各种风格手法的充分展示中拓宽课程的知识内容，让教师可以根据课程和学生的特点而展开有所侧重的分析与阐释，提高教材与学习过程的互动性。同时，广泛选自各种艺术流派经典作品的彩色图版，将为学生减轻一些课外购书的负担。

<<广告创意与案例分析>>

书籍目录

第一章 广告创意的基本概念 一、广告创意的概念 二、广告创意的要求 三、广告创意的原则
第二章 广告创意的流程 一、广告创意前的准备工作 二、广告创意前的调查方法 三、确立广告创意的主题 四、广告创意产生的过程与运作流程 五、广告创意的思考方法
第三章 广告创意的策略与手法 一、25种广告创意的策略 二、广告创意的手法之——人类情感 三、广告创意的手法之一——积极向上 四、广告创意的手法之——广告如戏 五、广告创意的手法之——创意撞车现象
第四章 广告创意案例分析 一、著名广告人的创意经验与案例分析 二、广告创意案例分析
第五章 创意练习与创意比稿 一、如何进行创意提案练习 二、创意比稿实战操练

<<广告创意与案例分析>>

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>