

<<POP广告设计>>

图书基本信息

书名：<<POP广告设计>>

13位ISBN编号：9787539412306

10位ISBN编号：7539412305

出版时间：2002-3-1

出版单位：湖北美术出版社

作者：汪涛

页数：160

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>

<<POP广告设计>>

内容概要

POP广告，意为购物点广告或销售点广告。

它既是商品经济高度发展、市场经济高度繁荣的指示器，同时，又是促进商品市场进一步高涨的指路牌。

POP广告作为“广告”的一个分支，或曰一个“新技”，其基本特征当与广泛性、告知性的广告特征一脉相通。

本书在各章各节，将予以展开，并且拓宽和深化。

<<POP广告设计>>

书籍目录

第一章 POP广告设计概述 广告 设计 研究课题 研究方法 认识POP广告 POP广告的分类第二章 广告策划 策划 原则 程序 调查 调查内容 调查方法 广告计划 POP广告策划第三章 广告创意 创意 原则 要素 心理学依据 方法 POP广告形式的创意 POP广告图形创意 POP广告文案创意第四章 广告设计（一）美的形式与法则 律动美 平衡美 对比美 调和美 比例美 统一美第五章 广告设计（二）构成要素与造型 三要素造型 图形设计 文字设计 编排设计第六章 广告设计（三）色彩原理与应用 色彩的基本概念 巧用无彩色计划 善用色相环计划 POP的色彩应用第七章 POP广告制作 材料的选择 用具的选择 POP制作方法

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>