

<<POP广告设计>>

图书基本信息

书名：<<POP广告设计>>

13位ISBN编号：9787539419978

10位ISBN编号：7539419970

出版时间：2007-4

出版时间：湖北美术

作者：汪涛

页数：76

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广告设计》分POP广告设计概述、广告策划、广告创意、美的形式与法则、构成要素与造型、色彩原理与应用、POP广告制作等七章内容。

它以完整实战的教学体系，用深入浅出、即学即用的方式，展示最新教学成果。

全书图文并茂。

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。

《POP广告设计》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

空间篇关于商业空间关于区隔关于地面、墙体和天花板关于灯光关于展台、陈列架平面篇关于平面设计关于建筑外部的平面设计关于内部指示系统关于品牌识别关于色彩关于包装广告篇关于广告关于外墙关于招牌、旗帜关于橱窗关于常用型POP关于新型POP促销篇关于促销关于季节性促销关于节日促销关于游戏活动关于配套服务案例篇关于Lafayette关于SEPHORA关于Orange关于CAMPER

章节摘录

插图：

编辑推荐

《商业空间&POP广告设计》由湖北美术出版社出版。

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>