

<<广告设计教程>>

图书基本信息

书名：<<广告设计教程>>

13位ISBN编号：9787562135791

10位ISBN编号：7562135797

出版时间：2006-5

出版时间：西南师范大学出版社

作者：李巍

页数：87

字数：192000

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>

<<广告设计教程>>

内容概要

本教材重点在于阐述现代广告设计的基本概念、原理、法则和技巧，为强化高职高专艺术设计人才应用能力的培养，侧重于市场调查分析能力、创意与艺术表现能力的训练，力求将现代广告设计的新理论、新思维、新观念、新方法融入其中，以便使学生在设计观念上与时代同步，视野开阔，放眼世界。

现代广告设计是视觉艺术，优秀的广告设计作品不仅是先进的广告设计理论形象的直观佐证，也是艺术设计学子们学习的典范。

本教材精选了百余幅国内外优秀的广告设计作品为范例，为同学们展现当今广告设计的新面貌，提供一个对照、思索的空间。

为了使同学们更好地了解 and 判断广告作品，对每幅作品均作了简略的文字分析与说明。

<<广告设计教程>>

作者简介

李巍，1938年生，江苏连云港市人。
现为四川美术学院设计艺术系教授、硕士研究生导师、院教学委员会委员、享受国务院特殊津贴的专家、中国广告协会学术委员会委员、重庆市企业形象战略（CI）专家团专家、重庆市普通高校教学督导专家委员会委员。
曾任中国广告函授学院副院长

<<广告设计教程>>

书籍目录

教学导引 第一教学单元 现代广告设计的基本原理与程序 一、现代广告的概念与定义 二、现代广告设计的功能价值 三、现代广告设计作品的构成要素 四、现代广告设计的基本程序 单元教学导引 第二教学单元 现代广告策划的原理与实施 一、现代广告策划的概念与意义 二、现代广告策划的基本构成要素 三、现代广告市场调查的目的和要求 四、现代广告策划书撰写的基本模式 单元教学导引 第三教学单元 现代广告设计的主题与创意 一、现代广告设计的主题 二、卓越的创意是广告设计的灵魂 三、现代广告设计创意的策略要点 单元教学导引 第四教学单元 现代广告设计的艺术表现 一、现代广告设计艺术表现的功能与价值 二、现代广告设计艺术表现手法的基本类型 三、现代广告设计中的色彩计划 四、现代广告版面编排的目的与法则 单元教学导引 主要参考文献

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>