

<<网络广告艺术>>

图书基本信息

书名：<<网络广告艺术>>

13位ISBN编号：9787563509867

10位ISBN编号：7563509860

出版时间：2004-1

出版时间：北京邮电大学出版社

作者：沈海晖/章建春编

页数：90

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>

<<网络广告艺术>>

内容概要

网络广告艺术是数字时代派生出的艺术领域的新生儿。

艺术设计不仅强调其艺术性，但同时更强调设计的商业性。

本书分8个章节，分别介绍了起源、现状、策划、构成要素，表现类型、表现设计、设计原则及软件制作等。

本书内容按广告的框架进行研究与理论探讨，从整体上对网络广告进行了系统的梳理。

本书有理论与实践部分，既适合非广告人员的使用，也可供初学者的入门提高与从事网络广告策划人员的深一步研究。

作者简介

沈海晖（1974——），女浙江绍兴人，江西科技师范学院艺术设计学院讲师，现为CCII首都企业形象研究会会员、中国工艺美术家会学会漆艺专业委员会会员，江西美术家协会会员。

教学实践经验丰富，先后在《装饰》等国家级核心期刊、省级刊物上发表专业论文12篇，作品10余幅；多幅设计作品在设计大赛中获金、银奖；参与编著《美国现代视觉艺术》、《图形创意设计》、《广告设计》等书的编著及多项省级课题研究。

作者主要研究方向为：视觉传媒设计。

章建春（1970——），女，江西科技师范学院艺术设计学院讲师，教学经验丰富，曾在省级以上刊物发表了数十篇专业论文，并参编数部专业教材书籍及省级课程研究，另有设计作品获艺术设计大赛金、银奖。

书籍目录

第1章 关于网络广告 互联网 网络广告 网络广告的现状第2章 网络广告的策划 网络广告策划的基本原则 网络广告的市场调查第3章 网络广告的构成要素 内容构成要素 造型构成要素第4章 网络广告的表现类型第5章 网络广告的形式 网络广告的发布形式 网络广告的表现形式第6章 网络广告的创意设计原则第7章 网络广告的制作设计软件 网络广告设计制作相关术语 网络广告的制作软件第8章 网络广告欣赏

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>