

<<房地产广告创意设计>>

图书基本信息

书名：<<房地产广告创意设计>>

13位ISBN编号：9787564131296

10位ISBN编号：7564131292

出版时间：2012-1

出版时间：东南大学出版社

作者：李鹏

页数：134

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>

<<房地产广告创意设计>>

内容概要

本书对房地产行业的广告进行了详细研究，从行业特点、广告创意设计、广告表现手法、广告策划、广告媒体、现状与发展趋势、法规管理等方面结合具体的案例进行详细的论述。本书采用图文结合的方式来增强可读性，语言深入浅出、通俗易懂。

本书适用于广告设计专业、视觉传达专业、平面设计专业的高校学生及从事广告创意设计的专业人员的学习与阅读。

<<房地产广告创意设计>>

作者简介

李鹏，男，1978年出生，河南开封市人，毕业于河南大学艺术学院艺术设计系，现为河南工业大学设计艺术学院副教授，主要从事艺术设计教学与研究工作。

从2001年至今先后主持编写了《缤纷装饰丛书》、《个性家居设计丛书》、《网络广告设计》等12部著作，参与编写了《学会上大学》、《穿越败局·广告与公关篇》、《创新思维——走出经营管理误区》、《初涉公关·营销一年记》等4部著作。

其中《学会上大学》荣获河南省教育系统科研成果著作类一等奖，《网络广告设计》荣获河南省教育厅人文社科三等奖。

<<房地产广告创意设计>>

书籍目录

第一章 房地产广告的概念

- 一、概述
- 二、房地产广告概念的起源及演变
- 三、现代房地产广告的内涵
- 四、影响房地产广告发展的因素及其作用
- 五、房地产广告的功能与作用

第二章 房地产行业与房地产广告的现状

- 一、国内外房地产行业的现状
- 二、房地产广告的现状及其存在问题

第三章 房地产广告的分类与特点

- 一、房地产广告的分类
- 二、房地产广告的特点

第四章 房地产广告设计创意

- 一、房地产广告的设计构成元素
- 二、房地产广告创意的思考方法
- 三、房地产广告创意的特征
- 四、房地产广告创意的要点

第五章 房地产广告设计的表现

- 一、房地产广告设计艺术表现的功能
- 二、房地产广告设计的艺术表现方法

第六章 房地产广告的策划

- 一、房地产广告类型和策划原则
- 二、房地产广告策划内容
- 三、房地产广告文案创作

第七章 房地产广告的媒体选择与效果测定

- 一、房地产广告媒体策划概述
- 二、房地产广告媒体战略
- 三、房地产广告效果测定

第八章 房地产广告的管理与法规

- 一、国家对房地产行业广告的管理与相关法规
- 二、房地产广告的自我管理

第九章 房地产广告的发展趋势

- 一、房地产广告人自身的发展趋势
- 二、房地产广告媒体的发展趋势

参考文献

后记

<<房地产广告创意设计>>

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>