

<<平面广告作品评析>>

图书基本信息

书名：<<平面广告作品评析>>

13位ISBN编号：9787565001178

10位ISBN编号：7565001171

出版时间：2010-3

出版时间：合肥工业大学出版社

作者：王慧灵

页数：116

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>

<<平面广告作品评析>>

内容概要

本书是教你如何透过广告作品学习做广告的一本书。

本书从一个个鲜活的广告案例入手，分别从广告表现的视觉传达层面、受众接受心理层面、创意层面、策略层面和品牌层面对广告作品进行评析，教你由表及里认识广告，解答广告为什么这样做，为你创作广告提供切实可行的借鉴。

全书分为五章，即视觉篇、心理篇、创意篇、策略篇、品牌篇，共选择平面广告作品三百多幅，并分别进行了针对性的点评。

其中穿插了专业导航或相关知识的链接，使读者对作品能有更深度的把握。

本书作为广告专业、平面设计专业和营销专业的教材，也可供相关从业者阅读。

<<平面广告作品评析>>

书籍目录

第一章 视觉篇 第一节 平面广告视觉传达的基本要素 第二节 平面广告视觉传达的图形表现技法 第一节 透视广告创意理论第二章 心理篇 第一节 受众的视觉思维 第二节 受众的阅读心理 第三节 受众欲望的激发第三章 创意篇 第一节 透视广告创意理论 第二节 广告创意的过程与发展 第三节 广告创意的表现形态 第四节 创意思维的培养第四章 策略篇 第一节 广告目标策略 第二节 广告定位策略 第三节 系列广告策略第五章 品牌篇 第一节 品牌概念与广告沟通 第二节 广告与品牌形象塑造 第三节 品牌广告的标准化与本土化参考文献

<<平面广告作品评析>>

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>