

<<广告设计>>

图书基本信息

书名：<<广告设计>>

13位ISBN编号：9787801983954

10位ISBN编号：7801983955

出版时间：2006-3

出版时间：知识产权

作者：牟跃

页数：256

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>>

内容概要

广告设计教材应是随着广告专业教育飞速发展而不断补充完善的教材。

《环境艺术设计系列丛书高等院校环境艺术设计专业教材·环境艺术设计系列丛书：广告设计》是在跟踪考察了该书5年来的使用情况，对书中各章节内容进行了大量删除、调整、修改、充实后问世的

。将广告理论与各类广告设计制作，将广告的科学理论与艺术创作融为一体，把广告理论范畴的传媒创意、市场营销等内容与艺术创作的构图、色彩、造型、工艺制作等完美地结合在一起，具有实用性和时代性的特色。

对将来广告设计、制作的发展趋势进行了全方位、新视野的细化论述，是一部多角度、多学科、图文并茂、观点新颖、综合实用的著作，不仅适用于艺术类和文科类广告专业教材，同时为您形成完整的广告专业知识结构、完成新的广告设计任务，带来效益。

作者简介

牟跃，1952年11月9日生天津市人 1980年毕业于天津美术学院工艺美术设计系并留校工作。1988年经中华全国青年联合会和日本文化技术协力委员会选派到日本东京研修艺术设计。

1990年考入日本东京国立学艺大学环境设计专业硕士研究生。

1993年毕业后在天津师范大学任教，讲授环境设计、广告设计、日语等课程。

现任天津师范大学艺术学院副教授、艺术设计系主任、中国标志设计研究中心主任、滨海学院副院长，兼日本茨城基督教大学教授。

近年独立编著出版了：《实用广告设计》、《国际标准标志》、《现代居室环境设计》、《牟跃先生论文专集》等专著，在国内外重要期刊发表了二十余篇论文。

现为中国美术家协会天津分会、日本室内设计协会会员，中国建筑学会室内设计分会高级工程师。

<<广告设计>>

书籍目录

第一章 概述一、现代广告设计二、广告的分类和选择三、广告的设计程序四、现代国际广告管理和
发展趋势五、“AD”应具备的条件第二章 广告设计运作策略一、广告策略二、广告策划三、广告创
意四、广告受众心理及文体分类五、广告定位六、定位设计分类第三章 广告设计主题创意一、广告
主题的定义二、广告主题确定三、广告主题的表现题材四、人类需求的五个等级五、广告文案六、
广告语第四章 广告的色彩与构成一、广告色彩设计的特点二、广告色彩设计要素三、广告色彩的调
配四、色彩的识别、象征和传达五、现代广告构成第五章 广告平面设计一、现代广告平面设计的新
特点二、视觉美感与传递功能三、广告构图类型四、基本图形设计第六章 平面广告设计制作一、招
贴广告二、报纸广告三、样本广告四、杂志广告五、邮寄广告六、宣传卡与目录册广告七、展示、指
示招牌广告八、其他形式的广告第七章 户外和多媒体广告设计制作一、户外广告设计要点二、广告
体造型设计三、户外和多媒体广告设计制作四、广播广告五、电视广告第八章 POP广告设计与制作
一、POP广告概述二、POP广告设计三、POP广告制作四、CI广告设计第九章 包装广告设计一、包装
广告设计的演进和功能二、包装设计构思三、纸盒设计四、提袋和包装纸设计五、包装装潢设计六、
包装设计的发展趋势第十章 橱窗广告设计一、橱窗广告设计概述二、橱窗广告设计三、橱窗广告构
图四、橱窗广告制作五、橱窗陈列

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>