

<<传媒广告>>

图书基本信息

书名：<<传媒广告>>

13位ISBN编号：9787810833080

10位ISBN编号：7810833081

出版时间：2005-1

出版时间：中国美术学院出版社

作者：朱珺

页数：71

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>

<<传媒广告>>

内容概要

广告业是世界上最有力量的产业之一，特别是在目前这个信息化和市场化时代，在经济高度发达的背景下，广告越来越担当起了桥梁的作用。

它既能宣传的对象带来利益，也能为公众提供新鲜及时的信息。

现在，无论是在家中，还是在路上，我们都被各种各样形形色色的广告包围着。

广告设计是综合了平面设计中的多种基础课程的一门课程，如摄影、编排、字体设计、图形、文案等等。

如同其他的设计一样，广告设计也没有固定模式可以追寻，有的只是一些大的原则。

本书将竭力从广告设计的各个方面来分析设计中的关键。

但是，从课本中所能掌握的仅仅是技法，如何将这些技法恰到好处地发挥出来，还需要大家不断地实践，增强对生活的感悟。

本书中的部分广告是作者在欧洲交流学习中现场拍摄的，为保证其真实性，故对一些作品的环境及作品表现并未多加处理，以便读者更多地从环境中去了解广告。

<<传媒广告>>

书籍目录

一、引二、商业平面广告的定义三、商业平面广告的功能四、商业平面广告的媒体 1 报纸广告 2 杂志广告 3 户外广告 4 售点广告 5 直邮广告五、成功的商业平面广告的标准六、商业平面广告的创作过程 1 调查阶段 2 分析阶段 3 创意阶段 4 制作阶段七、商业平面广告的创意类型 1 报导型 2 联想型 3 幽默型 4 情感型 5 悬念型八、商业平面广告的发布形式 1 单件发布 2 系列发布

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>