

《广告设计（新一版）》

图书基本信息

书名：《广告设计（新一版）》

13位ISBN编号：9787532295230

出版时间：2015-6

作者：崔生国

页数：144

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《广告设计（新一版）》

内容概要

《中国美术院校新设计系列教材——广告设计（新一版）》系统地讲述了广告设计的基本理论，以大量的优秀广告为范例，深入浅出地讲解了广告设计的创意设计方法，可以给学习者最直接、最实在的学习指导。《中国美术院校新设计系列教材——广告设计（新一版）》是作者从事设计教育和广告设计多年的积累和总结，力求用最简洁有效的表述，帮助学习者在最短时间内掌握广告设计的创意方法。该书编写图文并茂、案例生动，在每章节中均配有问答版块，可以帮助读者快速了解和掌握广告设计的技巧。

《广告设计（新一版）》

作者简介

崔生国，副教授，毕业于无锡轻工大学设计学院（现江南大学），现执教于上海师范大学美术学院艺术设计系。他同时是一位优秀的平面设计师，其作品多次参加海内外各类设计展览并获奖，其中包括第六届全国书籍装帧艺术展览暨评奖银奖、香港设计师协会2002展亚太区优异奖。多件作品被海内外博物馆、美术馆收藏。

书籍目录

前言	3
教学进程安排	6
第一章 广告设计概论	19
一 广告定义	20
二 广告历史	22
三 广告意义	26
四 广告类别	28
五 广告标准	32
第二章 广告设计要素	35
一 广告文字	36
二 广告图形	42
三 广告色彩	64
四 广告版面	66
第三章 广告创意设计	73
一 广告情感创意	74
二 广告文案创意	76
三 广告图形创意	80
四 图形表现手法	96
五 系列广告设计	102
第四章 广告媒体形式	107
一 报纸广告	108
二 杂志广告	112
三 招贴设计	116
四 户外广告	126
五 其他广告	132
第五章 广告设计流程	133
一 市场调查研究	134
二 设计目标定位	134
三 创作意念构思	136
四 深入发展完善	140
五 制作修改发布	140
参考文献	143

《广告设计（新一版）》

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：www.tushu000.com