

# 《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

出版社：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以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)

# 《传媒广告》

## 内容概要

《传媒广告》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。《传媒广告》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。

# 《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 焦点广告 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

# 《传媒广告》

## 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](http://www.tushu000.com)